



SAN IGNACIO DE LOYOLA - ESCUELA ISIL

TITULO DE LA INVESTIGACION:

“Plan de comunicación interna de la plataforma ISILJOB, para mejorar la utilidad y uso de la página web”

TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

Bachiller en Dirección de Negocios Globales

PRESENTADO POR:

Alfaro Nevado, Angelo Bryan – Administración y Dirección de Negocios

Loarte Dulanto, Olenka Stephania – Administración y Dirección de Negocios

Romero Chipana, Nataly Jesusa - Dirección de Negocios Globales

ASESOR:

Espinoza Rua, Celes Alonso

LIMA, PERU

2023

ASESOR:

Espinoza Rua, Celes Alonso

MIEMBROS DEL JURADO:

Natali Diaz

Eduardo Huertas

Cristian Solis

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, **Olenka Stephania Loarte Dulanto** Identificado (a) con DNI N° **72750796** perteneciente al Programa de **Administración y Dirección de Negocios**, siendo mi asesor el Sr(a) **Celes Alonso Espinoza Rua**, identificado (a) con DNI N° **42750231**, y cuyo código ORCID es **0000-0001-5324-7945**

Yo, **Nataly Jesusa Romero Chipana** Identificado (a) con DNI N° **73872949** perteneciente al Programa de **Dirección de Negocios Globales**, siendo mi asesor el Sr(a) **Celes Alonso Espinoza Rua**, identificado (a) con DNI N° **42750231**, y cuyo código ORCID es **0000-0001-5324-7945**

Yo, **Angelo Bryan Alfaro Nevado** Identificado (a) con DNI N° **46576716** perteneciente al Programa de **Administración y Dirección de Negocios**, siendo mi asesor el Sr(a) **Celes Alonso Espinoza Rua**, identificado (a) con DNI N° **42750231**, y cuyo código ORCID es **0000-0001-5324-7945**

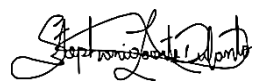


DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

- a) Somos los autores del documento académico titulado
“Plan de comunicación interna de la plataforma ISILJOB, para mejorar la utilidad y el uso de la página web “
- b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro

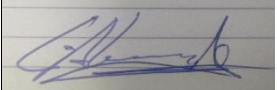
- c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 13% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias
- d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 06 de agosto de 2023

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	DNI	Firma
Olenka Stephania	Loarte Dulanto	72750796	
Nataly Jesusa	Romero Chipana	73872949	
Angelo Bryan	Alfaro Nevado	46576716	

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Celes Alonso	Espinoza Rúa	42750231	

ÍNDICE

RESUMEN	6
ASBTRAC	7
OBJETIVO	8
I. Información General	8
1.1. Título del proyecto	9
1.2. Área estratégica de desarrollo prioritario	9
1.3. Actividad económica en la que se desarrollara el proyecto de investigación	9
1.4. Localización o alcance de la solución	9
II. Descripción de la investigación aplicada o innovación	10
2.1. Problema de la investigación	10
• Problemas	10
• Causas	10
2.2. Justificación	11
• Justificación Teórica	11
• Justificación Práctica	12
• justificación Metodológica	12
2.3. Marco Referencial	13
2.3.1. Fuentes Internacionales	13
2.3.2. Fuentes Regionales – América Latina	16

2.3.3. Fuentes Locales	18
2.4. Enfoque de la Investigación	20
2.5. Marco teórico	21
2.5.1. Índice	21
2.5.2. Comunicación y empleabilidad	22
2.5.2.1. Definición	22
2.5.3. Elaboración y aplicación del plan de comunicación	23
2.5.3.1. Definición	23
2.5.3.2. Plan de comunicación Interna	24
2.5.3.3. plataforma digital ISILJOB	24
2.6. Objetivo general y específico	25
2.6.1. Objetivo general	25
2.6.2. Objetivo específico	26
2.7. Componentes del proyecto	26
2.8. Viabilidad	28
2.9. Limitaciones	29
2.10 Metodología del proyecto	31
2.10.1. Encuestas	34
2.10.2. Diagnóstico	41
2.11. Plan de Acción	42
2.11.1. Comunicación Externa	42
2.11.2. Comunicar un calendario de eventos	46
2.11.3. Comunicación en redes sociales	49
2.11.4. Satisfacer la intención de búsqueda del estudiante	55

2.11.5. Implementación de un chat Bot	59
2.11.6 Contar con un Community Manager 24/7	60
2.11.7 Contar con más empresas que publiquen sus ofertas en ISILJOB	61
III. Estimación de costos del proyecto	61
3.1. Estimación de costos necesario para la Implementación	63
IV. Sustento de mercado	63
4.1. Alcance esperado del mercado	63
4.2. Mercado objetivo	63
4.3. Descripción del modelo de negocio	63
4.3.1. Propuesta de valor	64
4.3.2. Fuentes de ingreso	64
4.3.3. Canales de distribución	64
4.3.4. Estrategia de penetración de mercado	65
4.3.5. Actividades productivas propias y externas	66
4.3.5.1. Actividades propias	66
4.3.5.2. Actividades externas	66
4.3.6. Alianzas	66
V. Conclusiones y recomendaciones	67
5.1. Conclusiones	67
5.2. Recomendaciones	69

VI.	Fuentes de información	73
6.1.	Fuentes bibliográficas	73
VII.	Anexos	77
7.1.	Instrumento de recolección de datos	77
7.2.	Matriz de consistencia	78
7.3.	Matriz foda	79
7.4	Informe de Turniti	80

Índice de Figuras

Ilustración 1 – Página web Ministerio de educación	32
Figura 1: Gráfico de torta - encuesta	36
Figura 2: Gráfico de torta – encuesta	36
Figura 3: Gráfico de torta – encuesta	37
Figura 4: Gráfico de torta – encuesta	37
Figura 5: Gráfico de torta – encuesta	38
Figura 6: Gráfico de torta – encuesta	38
Figura 7: Gráfico de torta – encuesta	39
Figura 8: Gráfico de torta – encuesta	40
Figura 9: Gráfico de torta – encuesta	40
Figura 10: Análisis de la bolsa laboral – ISIL	43
Figura 11: Flyer de ISILJOB	43

Figura 12: Ejemplo – Llamada de consejero académico	44
Figura 13: Pasos para ingresar y navegar por ISILJOB	44
Figura 14: Flyer – Consejos para redactar tu CV	46
Figura 15: Mensaje de texto – aviso ISILJOB	46
Figura 16: Flyer – Taller de empleabilidad	48
Figura 17: Aviso de oferta laboral	50
Figura 18: Aviso de un proceso de selección exitoso	50
Figura 19: Flyer – Anuncio ISILJOB	51
Figura 20: Procesos de selección	51
Figura 21: Publicación en Instagram 1	52
Figura 22: Publicación de Instagram 2	52
Figura 23: Recordatorio Laboral	53
Figura 24: Mensaje vía WhatsApp	53
Figura 25: Página de inicio ISILJOB	55
Figura 26: Palabras claves de búsqueda	55
Figura 27: Búsqueda de ofertas laborales 1	56
Figura 28: Búsqueda de ofertas laborales 2	56
Figura 29: Ofertas laborales 1	57
Figura 30: Ofertas laborales 2	57
Figura 31: Conversación de Chat Bot	58
Figura 32: Publicación y comentario en Twitter	59
Figura 33: Cuadro de Costos	61
Figura 34: Matriz de consistencia 1	78
Figura 35: Matriz de consistencia 2	79
Figura 36: Matriz FODA	80

RESUMEN

Desarrollo del proyecto de investigación aplicada de acuerdo con los puntos aquí señalados en el esquema.

El objetivo del nuestro proyecto de investigación es implementar un plan de comunicación interna efectivo con el fin de promover el uso de la plataforma digital ISILJOB entre los estudiantes de últimos ciclos y egresados. Para lograrlo, se plantean objetivos específicos que incluyen la identificación de necesidades de comunicación, el análisis de la plataforma actual, el diseño de estrategias atractivas, la implementación de esas estrategias y la recopilación de comentarios para mejorar la plataforma. El proyecto se desarrollará en un plazo de un año, durante el cual se buscará incrementar la utilidad y el uso de la plataforma entre el público objetivo.

Palabras claves: Plan de comunicación, empleabilidad, plataforma, estrategia, comunicación, implementación, desarrollo.

ABSTRACT

Development of the applied research project in accordance with the points indicated here in the scheme.

The objective of our research project is to implement an effective internal communication plan in order to promote the use of the ISILJOB digital platform among students in the last cycles and graduates. To achieve this, specific objectives are set that include the identification of communication needs, the analysis of the current platform, the design of attractive strategies, the implementation of those strategies and the collection of comments to improve the platform. The project will be developed within a period of one year, during which it will seek to increase the utility and use of the platform among the target audience.

Keywords: Communication plan, employability, platform, strategy, communication, implementation, development.

I. Información General

ISILJOB es una plataforma digital destinada a conectar a estudiantes de últimos ciclos y recién graduados con oportunidades laborales relevantes en su campo de estudio. A pesar de su potencial y las diversas funcionalidades que ofrece, se ha observado que su utilización entre los estudiantes y los egresados no es tan alta como se esperaría.

Este bajo nivel de utilización puede atribuirse a diversos factores, como una falta de conocimiento sobre la existencia de la plataforma, una comprensión insuficiente de sus funciones y beneficios, o una interfaz de usuario que no es tan intuitiva como podría ser. Es en este contexto que se propone un plan de comunicación interna para mejorar la utilidad y uso de ISILJOB. Este plan se enfocará en dos aspectos principales:

Comunicación Efectiva: Se buscará informar y educar a los estudiantes de últimos ciclos y a los egresados sobre la plataforma, ISILJOB, sus beneficios y cómo usarla de manera efectiva. Esto puede implicar el uso de diversos canales de comunicación, como correos electrónicos, boletines, seminarios web, y talleres.

Mejora de la Usabilidad: Basándose en la retroalimentación de los usuarios y los datos de uso, se buscará mejorar la interfaz y las funcionalidades de ISILJOB para hacerla más intuitiva y fácil de usar. Esto podría implicar la realización de

mejoras técnicas o de diseño, la simplificación de procesos, y la inclusión de tutoriales o guías de usuario dentro de la plataforma.

1.1 Título del proyecto

Plan de comunicación interna de la plataforma ISILJOB, para mejorar la utilidad y uso de la página web.

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

Comunicación y Empleabilidad.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada

Sector educativo, referido a la Institución educativa técnica “Instituto San Ignacio de Loyola”

Evaluaremos y mejoraremos la comunicación interna de ISIL, para lo promoción y difusión de la web ISILJOB

1.4. Localización o alcance de la solución

Alumnos y egresados del “Instituto San Ignacio de Loyola”, ISIL, ubicada en Lima Metropolitana.

Esta investigación servirá para poder proporcionar innovaciones o posibles soluciones que se apliquen para el buen desarrollo y el uso de los alumnos y egresados.

II. Descripción de la Investigación aplicada o innovación

2.1. Problema de la investigación

Problema: ¿Que está ocurriendo en a comunicación interna para difundir web laboral de ISILJOB?

La forma de comunicar el contenido y fomentar el uso de la plataforma web no es la adecuada, ya que no cumple el alcance esperado, ni el interés por parte de los alumnos y egresados.

La difusión no es la esperada por los alumnos y egresados, no muestra ni resalta los beneficios y mucho menos hace énfasis en las alternativas y herramientas que esta plataforma posee, necesarias para la búsqueda de alguna vacante laboral.

Este problema se ve reflejado en la poca interacción que tienen los usuarios para con la página, además de que como parte de la institución no es la primera opción cuando un alumno o egresado inicia su búsqueda laboral.

Causas ¿A qué se debe?

No tener una comunicación efectiva, que contribuya al desarrollo laboral de los alumnos y egresados.

La falta de comunicación se debe a una mala planificación y no contar con un plan de comunicación o de mejora, por creer que como parte de una plataforma que contiene varias herramientas el usuario interactuara sin necesidad de una difusión.

No conocer el verdadero alcance de la web en el mercado laboral.

Solo enfocarse en las ferias laborales (presencial) y no poner énfasis en la plataforma web, ya que este canal posee más alcance y accesibilidad.

Falta de actualización de la web, renovar constantemente las ofertas laborales.

2.2. Justificación

- **Justificación Teórica**

Esta investigación se realiza con el objetivo de mejorar la forma de comunicación interna que ya existente sobre el uso de la plataforma web ISILJOB, como instrumento y competencias de indagación científicas en el nivel educativo superior técnica, estos resultados podrán sistematizarse en una propuesta concreta, para ser incorporado como una alternativa de comunicación y/o promoción a esta web, ya que se estaría demostrando que con un buen plan de comunicación con todas las herramientas puede mejorar la utilidad de esta web. La cual cumpliría su propósito dentro de la institución.

- **Justificación Práctica**

Dicha investigación se realiza, ya que se detectó una necesidad por mejorar el nivel de comunicación, aceptación y uso de la plataforma web ISILJOB, con respecto a la mejorar los índices de la empleabilidad de los estudiantes y egresados de la institución.

En este sentido, se plantean soluciones efectivas para mejorar la comunicación interna frente a sus usuarios, ya que con esta iniciativa se mejorará y afianzará la relación que mantiene la institución con sus usuarios e incrementará el uso de la plataforma web.

Este plan de comunicación también busca realizar y difundir las herramientas de esta plataforma, para que el alumno y egresado puedan considerar la web como la 1era opción para la búsqueda de algún puesto laboral y así ser competitivos frente al mercado, ya que con esto los usuarios aplican el conocimiento obtenido en la institución, dando un valor agregado a ISIL.

- **Justificación Metodológico**

La elaboración y aplicación del plan de comunicación para promocionar y difundir la plataforma web ISILJOB, utilizando situaciones y

reacciones que pueden ser investigadas, además de comportamiento que puedan darse a través de los usuarios, y una vez que se demuestre su validez y confiabilidad, estos podrán ser utilizados y plasmados en la comunicación para con los usuarios de la institución y así tomarse como ejemplo en otras instituciones educativas. El enfoque para esta investigación es un enfoque cuantitativo.

Este plan de mejora también busca mejorar las alternativas y herramientas para que el alumno y egresado pueda considerar algunas opciones laborales y a su vez ser competitivos frente al mercado laboral, ya que con esto los usuarios aplican el conocimiento obtenido en la institución, dando un valor agregado a ISIL.

2.3. Marco referencial: Antecedentes de la innovación o investigación aplicada a desarrollar

2.3.1 Fuentes Internacional:

De acuerdo con González (2023), en su investigación titulada "Las habilidades relacionadas con la capacidad de encontrar empleo en línea de los

graduados universitarios", en la actualidad nos encontramos en un contexto caracterizado por el cambio y la globalización. Indudablemente, esto afecta la empleabilidad, la forma de difundirlo y la inserción de los graduados en el mercado laboral, dificultando la adquisición de las destrezas necesarias. Bajo este supuesto, el propósito de esta investigación de carrera se segmenta en dos partes: en primer lugar, busca indagar en los patrones presentes en la literatura acerca del efecto de las habilidades en la empleabilidad de los graduados del nivel universitario y, por otro lado, examina cómo se promociona la empleabilidad a través de los sitios web y cuáles son las habilidades que influyen en ella para los graduados de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV), comprobando si concuerdan con las observadas en la literatura y así poder lograr los dos objetivos, se realiza una revisión sistemática de la literatura, después, se ha llevado a cabo un "Análisis Comparativo Cualitativo (QCA) utilizando una base de datos que contiene Información de los graduados la universidad. Se llega a la conclusión de que habilidades como la comunicación y el trabajo en equipo tiene un efecto que suma en la empleabilidad tanto en la literatura como en el contexto de la institución; además, todas las habilidades transversales investigadas tienen un impacto significativo en la empleabilidad de los egresados de la Universidad Politécnica de Valencia, junto a sus demás atributos, tales como la edad y las calificaciones.

Conforme a Girón E. (2023), en su investigación titulada *Mercados, análisis de LinkedIn e InfoJobs a nivel educativo*, se señala que la aparición de internet ha generado una transformación radical en la forma en que se llevan a cabo numerosas actividades. El acceso al ámbito laboral y la búsqueda de candidatos en

el campo educativo también ha experimentado cambios debido a las nuevas tecnologías. Gracias a este importante avance de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), las empresas requieren ciertas habilidades en los graduados recientes que estos desconocen. El objetivo de este trabajo es investigar la empleabilidad y cómo se promueve entre los graduados en Marketing e Investigación de Mercados. La investigación abarca un marco conceptual sobre el reclutamiento y sus nuevas tendencias, así como una parte práctica donde se analizan las ofertas de empleo en LinkedIn e InfoJobs dirigidas a graduados con poca o ninguna experiencia profesional.

Según Lantaron, B., (2014), en su estudio realizado en *España* titulado *La empleabilidad en la Universidad Española*, se llega a la inferencia de que, en este último siglo, el mercado de trabajo ha experimentado modificaciones desde una perspectiva sociológica, económica y tecnológica. Estos cambios han ocasionado la desaparición de ciertos tipos de empleo y la aparición de otros. En este contexto, la preocupación por la integración socio-laboral de las personas constituye el objetivo

primordial de las políticas y la educación, lo que da lugar a un debate en el cual la universidad no se mantiene al margen. No obstante, ¿de qué manera pueden las instituciones universitarias en España favorecer y fomentar la capacidad de empleo de sus graduados? Esta interrogante se aborda en el presente estudio. La información recolectada se obtuvo empleando como enfoque metodológico la revisión de la literatura, así como el análisis de las páginas web relacionadas con la

empleabilidad y los portales de trabajo en línea de las universidades españolas (tanto públicas como privadas). Los resultados obtenidos corroboran que la empleabilidad también es una responsabilidad de la universidad como entidad educativa, tanto en términos de promoción como de provisión de herramientas a sus estudiantes, y, por lo tanto, puede influir en su implementación entre sus graduados. El estudio concluye que las universidades españolas cuentan con dos estrategias que contribuyen a optimizar la capacidad de empleo de sus graduados: la creación de nuevos planes de estudio y una oferta adecuada de servicios de asesoramiento profesional.

Según Narváez, M. (2015), en su estudio de nombre *Recursos y promoción web para la mejora de conocimiento y empleabilidad de los educadores sociales en Europa*, afirma que su investigación se respalda en las últimas tecnologías para proporcionar a los profesionales de la educación social información altamente

valiosa sobre su integración en el mercado laboral después de completar sus estudios. Dado el alto índice de desempleo en España en la actualidad, muchos educadores sociales consideran buscar empleo en el extranjero. Sin embargo, al iniciar su búsqueda en Europa, se enfrentan a diversas barreras, como el idioma y la falta de una definición clara de la profesión tal como se entiende en España, entre otros obstáculos. Por esta razón, después de llevar a cabo un análisis de necesidades, se presenta una propuesta de intervención con el objetivo de informar a los educadores sociales sobre todas las opciones laborales en Europa, así como oportunidades de voluntariado o prácticas profesionales, entre otros aspectos.

2.3.2. Fuentes Regionales-América Latina:

De acuerdo con Guillen, C. (2015), en su investigación titulada *La Empleabilidad del egresado: Caso UNITEC*, describe que a finalidad de esta investigación es indagar en las experiencias, vivencias y actitudes de los titulados superiores egresados de UNITEC con estudios de postgrado en carreras vinculadas a la Economía y Finanzas, con relación a dificultades encontradas y los factores y herramientas que les brinda su centro de estudios como facilitadores de la inserción laboral. La clave de esta investigación es entender qué alternativas te brinda la institución educativa donde no solo es el proceso que conduce a la obtención del título profesional, es el compromiso de la universidad de trabajar por los egresados

de sus centros, mediante herramientas y alternativas como una bolsa de trabajo web que permite facilitar la búsqueda de una oportunidad laboral.

En la investigación realizada por Guirland, S. (2023), que lleva por título *Empleabilidad e inserción laboral de los egresados de postgrado de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Pilar, cohortes 2019 a 2022*, asevera que las universidades requieren proveer y aplicar a los estudiantes las competencias necesarias para enfrentar el entorno laboral. Sin embargo, la capacidad de empleo e integración laboral, además de informar a los alumnos acerca de las bolsas de trabajo en sus diferentes canales, ya sea en línea o a través de ferias laborales. Por lo tanto, el seguimiento de los graduados de programas de

posgrado resulta extremadamente útil para las instituciones educativas al momento de tomar decisiones sobre los programas de empleo, teniendo en cuenta los cambios científicos, tecnológicos, humanos y sociales. La investigación reveló un resultado en el que predominaban los graduados de sexo femenino, con edades comprendidas entre los 31 y 35 años. Mayoritariamente se desempeñaban como docentes y habían completado el programa de posgrado en Maestría en Ciencias de la Educación. Un 37% mencionó que su empleo actual estaba relacionado con el programa de posgrado completado. Un 55% respondió de manera neutral en cuanto a la relación entre el programa de posgrado y la obtención de mejores oportunidades laborales. Además, un 53% expresó estar de acuerdo en cuanto al nivel de satisfacción con el programa de posgrado. El desempeño docente y los

costos de matrícula fueron los aspectos que consideraron que deben ser mejorados por parte de la institución mencionada

2.3.3. Fuentes Locales

Tal y como manifiesta García (2021), en su investigación acerca del Instituto ISIL y que lleva como título *Instituto ISIL de Perú moderniza su identidad visual para acercarse a los jóvenes*, la empresa peruana ISIL se enfoca en solo diez carteras las cuales implementa año tras año en una inversión en redes sociales e imagen, nos comentó que en estos últimos años ha cambiado su logo con el objetivo que el público joven se sienta en confianza y se pueda tener una comunicación interna. También, nos dice que ha hecho un reforzamiento en actividades y presencia en

redes sociales, pero García está de acuerdo con el nuevo logo, ya que ha recibido críticas por otros lados ya sea por la flecha o el color.

En consonancia con Del Rosario (2018), quien realizó un trabajo de investigación de nombre *ISILJOB trabaja para sus alumnos*, se han estado realizando charlas a salones de clases de cómo se usa este beneficio la cual va dirigido a sus alumnos y egresados, les cuenta cuáles serían y cuáles son sus ventajas al inscribirse en ISIL y los pasos que deberían seguir para que hagan el buen uso de esta plataforma. Asimismo, La metodología utilizada incluyó encuestas en línea a los estudiantes y egresados de ISIL, y entrevistas personales con los administradores de la plataforma ISILJOB. Esto nos permitió comprender mejor cómo se utiliza la plataforma, cómo beneficia a los usuarios y qué áreas podrían mejorarse.

Los hallazgos principales son los siguientes: En primer lugar, la valoración de la plataforma: Los estudiantes y egresados de ISIL valoran altamente la plataforma ISILJOB. Ellos indicaron que les ha proporcionado oportunidades de empleo y prácticas que no habrían encontrado de otro modo. En segundo lugar, se presentan ventajas de ISILJOB: Entre las ventajas más destacadas de ISILJOB se encuentran la variedad de oportunidades de trabajo y prácticas disponibles, la facilidad de uso de la plataforma, y el apoyo brindado por los administradores de la plataforma. Además, los estudiantes y egresados también aprecian la información y las herramientas proporcionadas por ISILJOB para mejorar sus habilidades y aumentar sus oportunidades de empleo. En tercer lugar, existen áreas de mejora: A pesar de

las ventajas de ISIL JOB, pues estudiantes y egresados sugirieron que se debería mejorar la interfaz de la plataforma para hacerla más intuitiva y fácil de usar. Otros sugirieron que se debería proporcionar más información y orientación sobre cómo buscar empleo y prácticas de manera efectiva. Finalmente, expone que en estos años han hecho una inversión de la plataforma, trayendo como resultado más alumnos a la institución, también Diego Del Rosario invita a todos los alumnos a las ferias de trabajo a ISIL.

Según Lamas, S. (2021). En su investigación sobre ISIL: CINCO CONSEJOS PARA MEJOR TU CV EN ISIL nos da a conocer consejos solo para

estudiantes de ISIL, sobre cuáles serían las claves del éxito para presentar un CV y poder obtener un trabajo en la plataforma, donde se compite en un mercado laboral amplio y se evalúa el potencial del estudiante.

La directora de empleabilidad desea que los alumnos y egresados desafíen los grandes problemas constantes y puedan ser profesionales exitosos en cada rama.

Asimismo, ella evalúa desde la plataforma el proceso y el puesto de vacante si es Ideal para el estudiante y da las facilidades, pero al tener mucha demanda solo se atiende al 50 % de este

público y el otro tardan en una respuesta y cuando esto se da ya para Susana es muy tarde por qué el trabajo ha sido ocupado.

2.4. Enfoque de la investigación (Características Técnicas o atributos del proyecto)

El presente proyecto de investigación tiene un enfoque **cuantitativo**, ya que nos centramos en mediciones objetivas, las cuales permiten examinar datos de manera numérica y realizar un análisis estadístico recolectados a través de **encuestas**, para determinar la resolución del problema.

El tipo de enfoque cuantitativo es **descriptivo simple**, pues se hará el estudio de una variable, con el fin de recopilar información cuantificable para el análisis estadístico de la muestra de la población.

Y para ello determinamos que el diseño del enfoque cuantitativo es diseño no experimental.

La finalidad es mantener el enfoque de nuestra investigación con un procedimiento de recopilación de datos por medios de preguntas y así entender cuáles son las medidas que se deberían tomar, estas preguntas consisten en medir las variables de aceptación de la comunicación en redes sociales, incluso como resultado de las encuestas obtendremos respuestas cuantitativas y cualitativa con gráficos demostrando porcentajes sobre la opinión de los egresados y estudiantes de ISIL.

Estas preguntas son cerradas, las cuales son fáciles de entender y se puede generar la opinión de nuevas ideas y dar la solución de nuevos problemas.

2.5. Marco teórico

2.5.1. Índice:

Este estudio se realizó por la necesidad de incrementar el nivel de comunicación, aceptación y uso de la plataforma web ISILJOB para potenciar la empleabilidad de los estudiantes y egresados de la institución. La confiabilidad del proyecto se refleja en la necesidad de que los estudiantes puedan obtener una pasantía o trabajo después de terminar una carrera técnica, ya que esto es fundamental para que los estudiantes puedan obtener el trabajo esperado al modificar la información utilizando la plataforma web ISILJOB.

2.5.2. Comunicación y empleabilidad

2.5.2.1 Definición:

La empleabilidad nos ayuda a ser y seguir siendo muy atractivo para el mercado, lo que ayudará a las empresas, etc., para que estas puedan ser más visibles. Además, los empleadores prefieren profesionales que puedan tener habilidades blandas, ya que estas son más difíciles de enseñar, y ser contratado es tener un trabajo; ser contratado significa tener las habilidades necesarias para mantenerse ocupado y avanzar en el campo profesional. El objetivo fundamental es

poder mejorar el servicio de la bolsa de empleos, a través de una selección más técnica y profunda. (Alles, 2006) plantea la empleabilidad como la posibilidad que tiene una persona de conseguir empleo e implica esfuerzo, compromiso y disponibilidad para el trabajo. Asimismo, este tipo de compromiso y responsabilidad está en cada individuo, como lo afirma la teoría motivacional de Herzberg, misma que desarrolla conceptos como factores intrínsecos y extrínsecos del trabajador para la satisfacción laboral (Herzberg, 2011).

En base a lo que indica Alles sobre la empleabilidad, ya que ella ve que el compromiso lo coloca uno mismo como trabajador, que, mostrando esfuerzo, fidelidad por el trabajo, y siempre estar disponible, se puede lograr conseguir el empleo soñado, ya que esta viene ser a una responsabilidad de cada persona, ya que gracias a las propuestas que ella hizo se pudo optimizar el manejo de las gestiones.

De acuerdo con los escritores, la dificultad reconocida es la falta de conocimiento de los elementos que generan una elevada rotación de personal en las organizaciones a las que se presta servicio a través del proyecto Bolsa de Empleos. Esta situación puede ser fundamentada teóricamente utilizando la teoría motivacional de Herzberg, la cual aborda los aspectos internos y externos del empleado que influyen en la satisfacción laboral.

2.5.3. Elaboración y aplicación del plan de comunicación

2.5.3.1. Definición

Se entiende que un plan de comunicaciones es una hoja de ruta que muestra cómo y cuándo una empresa se comunicará con el público. Esto identifica claramente los objetivos de comunicación a alcanzar, ya que se cuentan con herramientas accesibles. Además, esto ayuda a tener una secuencia en las tareas y acciones a realizar sobre las personas, es como una comunicación, en línea con sus políticas y valores, para poder alcanzar los objetivos marcados por la empresa, hay que incluir para potenciar el valor y la filosofía de tu empresa.

2.5.3.2. Plan de comunicación interna:

Según (Ricra et al., 2022), pueden existir muchos factores que afecten en análisis de la efectividad de la plataforma ISILJOB para los alumnos y

egresados, la capacidad que tienen cada uno de ellos al poder utilizarlos, este estudio corresponde a un diseño no experimental con enfoque cuantitativo de nivel de investigación explicativo.

2.5.3.3 Plataforma digital ISILJOB

La calidad que tiene la bolsa laboral de ISILJOB tiene tres tareas fundamentales: administrar la bolsa virtual a través de la cual las empresas registran sus pedidos para prácticas o empleos; buscar el acercamiento de

los estudiantes y egresados que se interesan en postular sus curriculum para poder ingresar a laborar.

Según como lo indicó el banco Santander, es poder contar con herramientas accesibles, ya que ayuda a tener secuencias en las tareas y acciones que se puedan realizar sobre las personas, se puedan explorar las habilidades, amenazas, fortalezas y debilidades, incluir filosofías en la empresa.

Como indican los estudiantes (Ricra et al., 2022), existen muchos factores que puedan afectar el análisis de efectividad de la plataforma, ya que el estudio que fue realizado por ellos corresponde más que todo a un diseño experimental, para poder saber la capacidad que tiene los alumnos y egresados de como poder utilizar la plataforma.

Dado a lo que indica la plataforma de trabajo ISIL, esta tiene la opción de que las empresas puedan registrar sus pedidos de prácticos o empleos, según lo están requiriendo en el momento, ya que esto hace que haya mayor

acercamiento de los estudiantes que quieran postular, factores de inserción laboral sobre las bolsas de empleo universitarias.

Esto se debe a que, como indica cada autor, tiene una opinión diferente, pero todas nos llevan al mismo objetivo, querer lograr lo mejor para el estudiante y egresado, ya que el estudiante al poder tener mayor conocimiento de cómo poder

manejar la r la plataforma, observará que esta tiene un enfoque de efectividad que esta tiene.

2.6. Objetivo general y específicos: Propósito del Proyecto

2.6.1. Objetivo general:

Proponer un plan de comunicación interna (promoción y/o difusión) el cual muestre de forma adecuada la plataforma ISILJOB, que termina por generar relevancia en su utilidad y beneficios de los cuales los alumnos y egresados puedan hacer uso para su beneficio frente al mercado laboral. Este plan de comunicación tendrá una mejor influencia en los estudiantes y egresados de ISIL de lima metropolitana 2022-2.

Desarrollar un plan de comunicación interna efectivo para aumentar la utilidad y el uso de una plataforma digital ISILJOB entre los estudiantes de últimos ciclos y egresados en un plazo de 6 meses

2.6.2. Objetivo específico:

- Identificar las necesidades y preferencias de comunicación de los estudiantes de últimos ciclos y egresados en un plazo de 1 meses.

- Analizar las características y funciones actuales de la plataforma digital y determinar áreas de mejora en términos de comunicación interna dentro de 6 meses.
- Diseñar estrategias de comunicación que sean atractivas y pertinentes para los estudiantes de últimos ciclos y egresados, basándose en la información recogida durante los primeros 6 meses.

Implementar las estrategias de comunicación interna y medir su eficacia a través del seguimiento de métricas de uso y satisfacción de la plataforma a lo largo de un año.

2.7. Componentes del Proyecto

Ejes:

- Comunicación
- Bolsa de trabajo
- Plataformas web
- Productividad

Plan de comunicación interna de la plataforma ISILJOB, para mejorar la utilidad y uso de la página web, Pueden existir muchos factores que afecten en análisis de la efectividad de la plataforma ISILJOB para los alumnos, la capacidad que tienen ellos al poder utilizarlos, la localización, la calidad de las propuestas ofrecida y como

tienen llegada hacia ellos, este estudio se centra en un diseño no experimental que utiliza un enfoque cuantitativo a nivel de investigación explicativa

(Ricra et al., 2022). El objetivo principal es optimizar la eficiencia del servicio de la bolsa de trabajo mediante la implementación de un enfoque más técnico en la selección de personal. El desafío identificado radica en la comprensión limitada de los factores que contribuyen a un nivel elevado de rotación de personas en las empresas atendidas por el proyecto Bolsa de Empleos. La hipótesis sugiere que las condiciones laborales inadecuadas resultan en un aumento de la rotación del personal y tienen un efecto negativo en la productividad.

La justificación teórica se basa en la teoría motivacional de Herzberg, que explora tanto los factores intrínsecos y los factores extrínsecos que influyen en la satisfacción laboral (Cárdenas, 2022). Las organizaciones que buscan empleados

competentes y bien preparados para sus vacantes han puesto especial énfasis en la integración laboral en las bolsas de empleo universitarias (Riera et al., 2022). En ISILJOB, nuestro compromiso de mejorar continuamente la empleabilidad de nuestros estudiantes y graduados respalda este enfoque. Con una amplia variedad de oportunidades laborales proporcionadas por nuestras empresas asociadas,

nuestra bolsa de trabajo muestra la diversidad de actividades y herramientas que se están desarrollando para atender a la comunidad estudiantil.

2.8 Viabilidad

Investigaremos las oportunidades que aún no se han elegido o propuestos antes para una futura oportunidad, así mismo ISIL JOB tendrá otro enfoque con un proyecto de marketing donde se verá reflejada toda una mercadotecnia a un público joven que está ahora en la tendencia de las redes sociales, las cuales del siglo XXI se deja influenciar por post o comentarios de la red social.

Mejoraremos el enfoque de nuestros colaboradores de ISIL de todos los miembros, ya que de esto dependerá el impulso o el direccionamiento de nuestra imagen de nuestras redes sociales.

Aumentaremos la tasa de efectividad con los proyectos de marketing de la comunicación interna para obtener éxitos en las futuras campañas de ISIL JOB, en

las siguientes líneas: Comunicación, Bolsa de trabajo, Plataformas web y Productividad, como prioridad de realización del siguiente objeto de estudio.

Brindaremos seguridad desde que sigan o se registren en nuestra red social, dándoles a conocer pasos de cómo deberían ingresar sus CV en la plataforma ISILJOB.

Con la implementación de este proyecto, se busca que los alumnos puedan obtener prácticas laborales, realizar y difundir las herramientas de esta plataforma, para que el alumno y egresado puedan considerar la web como la 1era opción.

2.9 Limitaciones

La falta de comunicación es a causa de falta de información que causa la falta de interacción de las redes sociales por una mala gestión de formulación en objetivos y estrategias. Los directivos de ISIL maneja de manera correcta su eficiencia en análisis interno, pero han dejado de lado el entorno del público cibernautas que siguen las influencias de redes sociales. La falta de interacción y conocimiento de los alumnos sobre la plataforma ISILJOB, las restricciones en el diseño, falta de algunos datos disponibles, pese a las limitaciones alternativas de solución (encuestas), limitan a un público que crece y está conectado en la web, además la limitación de trabajadores presenciales en la sede hace que no tengan la capacidad de no responder mensajes o inquietudes de estudiantes que desde la comodidad de su casa desea resolver problemas por el medio de un mensaje de

Facebook, Instagram O Tik Tok, es decir, falta un plan. El déficit de las redes sociales hace que los alumnos busquen otras opciones con mayor comunicación. Ante este problema, las soluciones que hemos identificado han sido las siguientes:

En primer lugar, con relación al acceso a la información: Es importante trabajar estrechamente con los responsables de ISILJOB y obtener su aprobación

para acceder a la información necesaria. Si no se puede acceder a ciertos datos, considera la posibilidad de utilizar información pública o datos secundarios que estén disponibles.

En segundo lugar, con relación al tiempo y Recursos: Planifica tu investigación con anticipación y establece prioridades para utilizar eficientemente el tiempo y los recursos disponibles. Enfoca tu investigación en los aspectos más críticos que pueden tener un impacto más grande en el uso y la utilidad de la plataforma.

En tercer lugar, con relación a la cooperación de los usuarios: Para aumentar la participación de los usuarios, asegúrate de comunicar claramente el propósito de tu investigación y cómo puede beneficiarlos. Considera ofrecer incentivos, como sorteos o descuentos, para motivar a los usuarios a participar.

En cuarto lugar, con relación a los cambios en el comportamiento de los usuarios: Incluye preguntas en tus encuestas o entrevistas que te permitan entender las posibles influencias externas en el comportamiento de los usuarios. También, realiza un seguimiento regular la variación en la conducta a lo largo de tu investigación.


En quinto lugar, con relación a la tecnología y herramientas de análisis de datos: Utiliza herramientas de análisis de datos que estén al alcance de tus habilidades y presupuesto. Si es posible, busca formación o asesoramiento para mejorar tus habilidades en el uso de estas herramientas.

Finalmente, con relación a la viabilidad de implementación de las recomendaciones: Asegúrate de que tus recomendaciones sean prácticas y realistas, teniendo en cuenta los recursos y capacidades de ISILJOB. Trabaja en estrecha colaboración con los responsables de ISILJOB para desarrollar estrategias que puedan implementarse dentro de sus restricciones existentes.

2.10. Metodología del proyecto


Mediante la búsqueda de información, se logró recabar el número de la población, el cual apunta a la cantidad de alumnos en todo el 2022 tanto en San Ignacio de Loyola – Escuela ISIL (Escuela Superior Tecnológica) y San Ignacio de Loyola – ISIL (superior Tecnológica).

Este dato se obtuvo en la página del Ministerio de Educación en un censo realizado en el 2022.



ESTADÍSTICA DE LA CALIDAD EDUCATIVA

SERVICIOS
MAÑNITUDES
INDICADORES
MAPAS
ARCHIVO DE DATOS



PERÚ
Ministerio de Educación

Servicios Educativos

Utilice esta herramienta de búsqueda para obtener información de instituciones educativas y localizarlas en el mapa, o para elaborar un listado personalizado de ellas. La fuente de la información estadística es el Censo Educativo.

Consideraciones para el uso de datos

- Los datos de ubicación de las instituciones educativas registrados en el Padrón son proporcionados por las DRE/GRE y UGEL.
- La cartografía de límites distritales, corresponde a los límites censales del INEI, y no indica pertenencia a una jurisdicción político-administrativa determinada.
- La clasificación de área geográfica de ESCALE utiliza el criterio utilizado en el Censo de Población y Vivienda del INEI, su actualización anual obedece a la naturaleza dinámica de la variable y a las fuentes de datos disponibles.

Ubicación DRE / UGEL

Nombre

Código modular

Código de local

Centro poblado

Departamento

Provincia

Distrito

Tipo de Gestión Pública de gestión directa Pública de gestión privada Privada

Nivel Inicial Primaria Secundaria Básica Alternativa Educación Especial Superior Tecnológica Superior Pedagógica CETPRO

Forma de Atención Escolarizada No escolarizada Activo Inactivo

[Agregar / quitar columnas](#)

#	Código modular	Nombre	Nivel / Modalidad	Gestión / Dependencia	Dirección	Departamento / Provincia / Distrito	Alumnos (Censo educativo 2022)
1	1784057	SAN IGNACIO DE LOYOLA - ESCUELA ISIL	Escuela Superior Tecnológica	Particular	CALLE LA FONTANA 955	Lima / Lima / La Molina	781
2	0702407	SAN IGNACIO DE LOYOLA S.A. - ISIL	Superior Tecnológica	Particular	CALLE LA FONTANA 955	Lima / Lima / La Molina	13005

Ilustración 1. Página web - Ministerio de educación

Como consecuencia de la población encontrada, logramos obtener el número de la muestra el cual sería objeto para realizar nuestra encuesta.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n = Tamaño de muestra buscado
N = Tamaño de la Población o Universo
Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)
e = Erro de estimación máximo aceptado
p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
q = (1 - **p**) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Nivel de confianza	Z _{alfa}
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

CALCULO TAMAÑO DE MUESTRA FINITA

Parametro	Insertar Valor
N	13,786
Z	1.960
P	50.00%
Q	50.00%
e	5.00%

Tamaño de muestra "n" = **373.77**

2.10.1. Encuestas:

¿Eres estudiante o egresado de ISIL en el periodo 2022-2?

- a. Estudiante
- b. Egresado

¿ISIL te ha comunicado cuáles son sus herramientas para la búsqueda de un puesto laboral?

- a. Si
- b. No

¿Conoces la plataforma ISILJOB y la has utilizado durante tu tiempo de estudios?

- a. Si, a veces
- b. Sí, siempre estoy pendiente
- c. No, nunca

¿Por qué canales te gustaría recibir la difusión y/o promoción de la web ISIL JOB?

- a. Llamadas
- b. Correos informativos
- c. Difusión vía redes sociales (Whatsapp, Facebook, Instagram, Tik Tok)

¿Has conseguido algún puesto laboral gracias a la plataforma ISILJOB?

- a. Si
- b. No

¿Con qué frecuencia te gustaría recibir actualizaciones de propuestas laborales dentro de la plataforma ISILJOB?

- a. Semanal
- b. Cada 15 días
- c. Mensual

¿Resaltarías y recomendarías el uso de la web ISILJOB si la comunicación de su utilidad hubiera sido oportuna?

- a. Si
- b. No
- c. Tal vez

¿Qué mejorarías en ISIL para dar a conocer sus herramientas de búsqueda laboral?

- a. Comunicación
- b. Generar de contenido
- c. Ninguna

¿Sientes que la plataforma brinda la información necesaria para una buena postulación?

a. Si

b. No

A continuación, se revisarán los resultados de cada pregunta planteada a los encuestados en el cuestionario según sus dimensiones y variables, en relación a los encuestados por la plataforma de ISILJOB.

¿Eres estudiante o egresado de Isil en el periodo 2022-1 y 2022-2?

302 respuestas

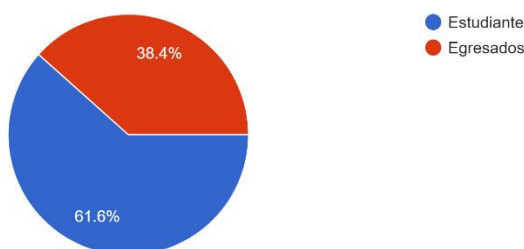


Figure 1. Gráfico de torta - encuesta

¿Conoces la plataforma ISILJOB y la has utilizado durante tu tiempo de estudios?

302 respuestas

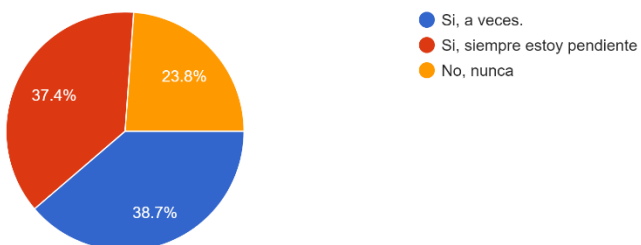


Figure 2. Gráfico de torta - encuesta

Dimensión Satisfacción

De acuerdo con los datos obtenidos de la dimensión satisfacción, podemos observar que el 61.6% de los encuestados indica que es estudiante del ciclo 2022-1 o 2022-2. Además, el 38.7% dijo que si conoce la plataforma ISILJOB y que a veces ha sido utilizada. Finalmente, el 23.8% manifestó que no conoce y que nunca lo ha utilizado en el tiempo en el que estudio, lo que sugiere que la institución debe mejorar la comunicación, para así mejorar el alcance de la misma.

¿Isil te ha comunicado cuáles son sus herramientas para la búsqueda de un puesto laboral?
302 respuestas

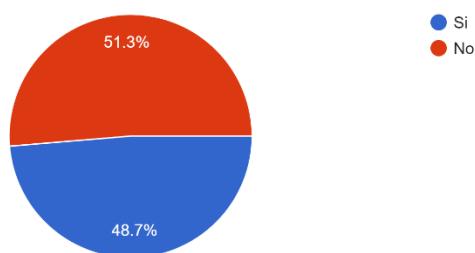


Figure 3. Gráfico de torta - encuesta

¿Por qué canales te gustaría recibir la difusión y/o promoción de la web ISIL JOB?
301 respuestas

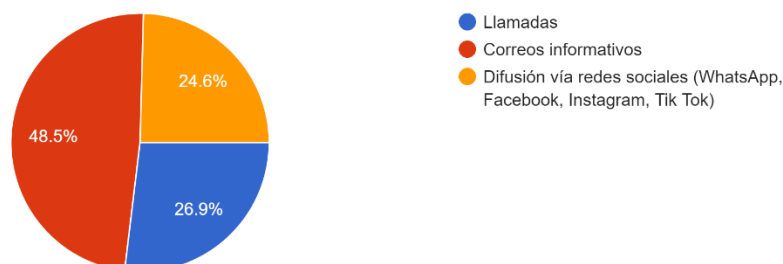


Figure 4. Gráfico de torta - Encuesta

¿Con qué frecuencia te gustaría recibir actualizaciones de propuestas laborales dentro de la plataforma ISILJOB?

302 respuestas

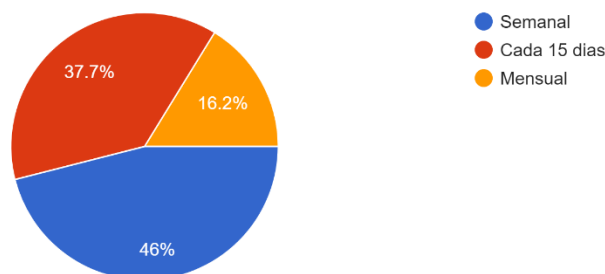


Figure 5. Gráfico de torta - Encuesta

¿Resaltarías y recomendarías el uso de la web ISILJOB si la comunicación de su utilidad hubiera sido oportuna?

302 respuestas

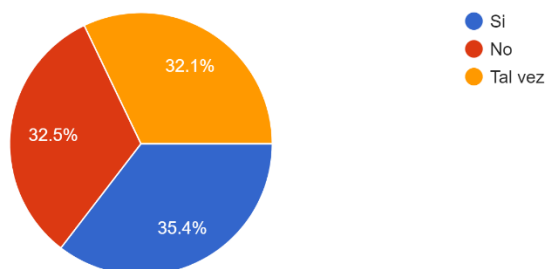


Figure 6. Gráfico de torta - Encuesta

Dimensión comunicación específica:

Respecto a la comunicación de la Institución sobre sus herramientas para la búsqueda de un puesto laboral, un 51.3% considera que, si ha recibido una comunicación al respecto, contra un 48.7% manifestó que no ha recibido ningún tipo

de comunicación. Por otro lado, un 48.5% indica que le gustaría recibir la comunicación (promoción) vía correos electrónicos.

Asimismo, en relación a la frecuencia de la actualización de las propuestas laborales para los usuarios, el 46% confirma que la frecuencia adecuada es de forma semanal. Mientras que el 37.7%

indica que lo ideal es cada 15 días. Por último, el 35.4% resaltaría y recomendaría el uso de web si la comunicación hubiera sido oportuna y el 32.5% manifiesta que no.

¿Has conseguido algún puesto laboral gracias a la plataforma ISILJOB?
300 respuestas

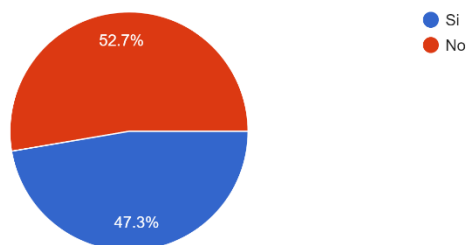


Figure 7. Gráfico de torta - Encuesta

¿Sientes que la plataforma brinda la información necesaria para una buena postulación?
299 respuestas

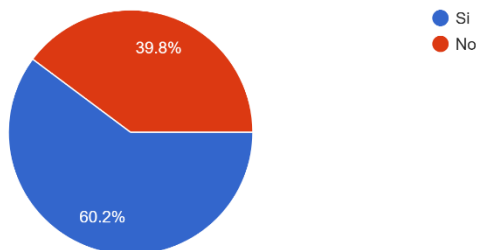


Figure 8. Gráfico de torta - Encuesta

¿Qué mejorarías en Isil para dar a conocer sus herramientas de búsqueda laboral?
301 respuestas

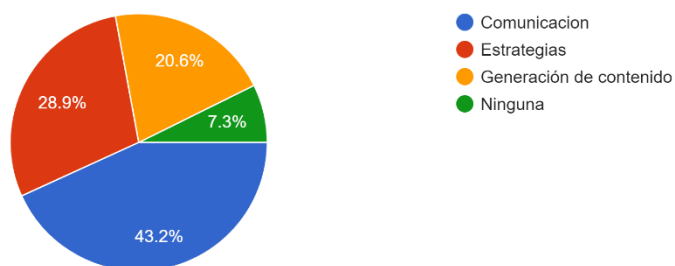


Figure 9. Gráfico de torta - Encuesta

Dimensión empleabilidad:

Según la data recopilada, en la dimensión de empleabilidad concluimos que un 47.3% no ha conseguido un puesto laboral gracias a la plataforma ISILJOB, sin embargo, un 52.7% indica que si ha conseguido un puesto laboral gracias a la plataforma.

Por otro lado, un 60.2% siente que la plataforma brinda la información necesaria para una buena postulación, mientras que un 39.8% indica que no y por

último un 43.2% manifiesta que la mejora que recomendaría en ISIL para dar a conocer sus herramientas de búsqueda laboral es la comunicación, mientras que un 28.9% recomendaría utilizar estrategias.

2.10.2. Diagnóstico

En el resultado obtenido de las encuestas se puede observar que un gran número de estudiantes no ha recibido la información correcta acerca de la

plataforma ISILJOB, esto incluye informar donde ubicar la página web, como ingresar a la misma, sus beneficios, etc.

Asimismo, la mitad de los encuestados manifiesta que no ha conseguido alguna puesta laboral y/o haber calificado a una convocatoria laboral por medio de la plataforma ISILJOB.

Para revertir estos indicadores, los estudiantes y egresados indican que la institución debe seguir mejorando las estrategias comunicación para dar a conocer mucho mejor las herramientas de la plataforma. Para los encuestados, una mejor forma de potenciar el alcance de ISILJOB es a través de su difusión por medio de correos informativos y redes sociales, cuya frecuencia ideal sería de forma semanal.

Además, un aspecto positivo que los encuestados resaltan dentro de la plataforma, es la distribución de la información, la cual es intuitiva y de fácil entendimiento en su navegación. Por lo tanto, están dispuestos a recomendar su uso en la medida que se refuerce la comunicación.

2.11. Plan de Acción

A continuación, se determinan las acciones que se llevaran a cabo, así mismos estas ayudaran a lograr la iniciativa propuesta. Se trata de elegir y definir la forma más viable para conseguir que la plataforma mejore el impacto y la aceptación del nicho propuesto para así lograr los objetivos planteados.

2.11.1 Comunicación Externa

Se busca comunicar hacia los estudiantes los detalles de ISILJOB con el objetivo que estos puedan interactuar de forma activa con la plataforma, y así encontrar una oferta laboral que cumpla sus expectativas, esto será beneficioso para ambas partes, donde aumentará el índice de empleabilidad para los estudiantes de ISIL.

✓ Identificar el potencial de plataforma

Analizar la web ISILJOB y el alcance que puede tener dentro de la institución con los estudiantes, para así aumentar su utilidad mediante una

comunicación donde se resalte las características y la importancia de utilizar este portal de bolsa de trabajo.

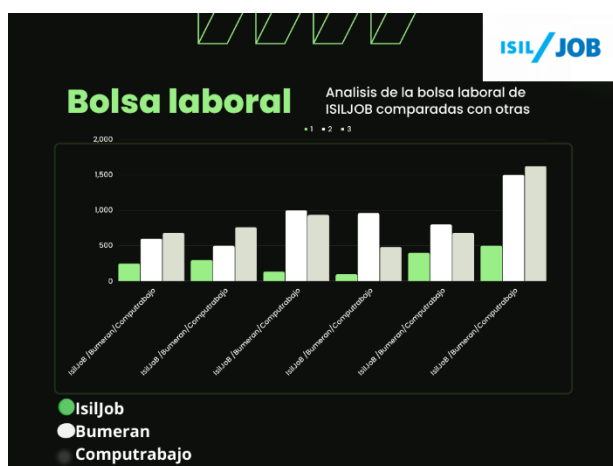


Figure 10. Análisis de bolsa laboral - ISILJOB



Figure 11. Flyer de ISILJOB

- ✓ **Aumentar la fidelización**

Con un mensaje adecuado y dentro de los tiempos establecidos, los estudiantes se conectarán y se identificarán con la web, mediante una comunicación formal donde informaremos desde el primer ciclo del estudiante, la forma (los pasos) para utilizar ISILJOB de una forma óptima y todo lo que se pueda lograr con el buen uso de la plataforma, para que en el transcurso de su formación académica pueda familiarizarse con la herramienta.

✓ **Seguimiento al alumno**

Se buscará mediante la consejera académica comunicar al alumno acerca de cómo ingresar a la web, para que sirva, los beneficios y como puede utilizar la web a su favor, así mismo se buscará el seguimiento al alumno, asegurándose de que el mismo logro interactuar con la plataforma.

Esta acción se realizará al menos 2 veces por semana en el cual se enviará un correo electrónico con las indicaciones, posterior a ello se reforzará mediante llamadas para consultar si el alumno presente una dificultad y/o consultas.



Figure 12. Ejemplo - Llamada de consejero académico



Figure 13. Pasos para ingresar y navegar por ISILJOB

2.11.2. Comunicar un calendario de eventos

Recomendamos realizar con más énfasis la difusión de charlas y eventos que busquen repotenciar al alumno con distintas herramientas para enfrentarse al mercado laboral y poder hacerlo de la mejor forma.

- ✓ **Eventos virtuales**

Se comunicará la realización de eventos virtuales, acerca de cómo crear un CV competitivo, mostrando algunas plantillas, dando indicaciones de que es lo relevante y atractivo para un reclutador, así como también complementar la búsqueda laboral con la creación de un perfil en LinkedIn de alto impacto en el cual se darán a conocer algunas estrategias de búsqueda para contactar o insertarse dentro de una red de contactos y charlas donde se presentarán las empresas exponiendo los puestos laborales ofertados estos eventos se llevaran a cabo 1 vez por semana y los alumnos se conectaran mediante un link previamente enviado por correo electrónico y/o ubicado en la web ISIL+.

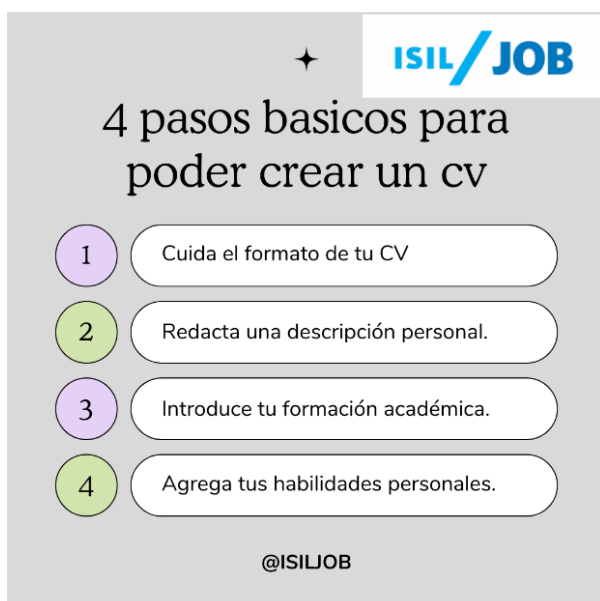


Figure 14. Flyer - Consejos para redactar tu CV



Figure 15. Mensaje de texto - aviso ISILJOB

✓ Talleres de empleabilidad

Estos talleres consisten en dar a conocer herramientas de búsqueda laboral, además está orientado a asistir a los estudiantes que presentan dificultades para ingresar a la plataforma y búsqueda laboral, todo ello se llevara a cabo identificando sus capacidades y competencias pues se brindara y desarrollara estrategias de inserción laboral. Estos talleres tendrán lugar 2 veces por semana dentro de las instalaciones de ISIL en sus 2 sedes Miraflores y La Molina, en los horarios que adecuados para que no se crucen con el horario de estudios, los cuales son 11 am y 3 pm y la duración de este taller es de 45 minutos.

✓ Testimonios vivenciales

Revisar y exponer casos de éxito donde se resalte el uso de la plataforma ISILJOB, así como el resultado de la interacción, esto se llevará a cabo mediante conferencias vía Zoom las cuales

quedarán grabadas para ser revisadas posteriormente por los alumnos dentro de la plataforma ISIL+, las mismas que tendrán un tiempo de duración para posteriormente ser renovadas y/o actualizadas. También se llevará a cabo de forma presencial en las 2 sedes de ISIL.

Para esta comunicación se brindará el testimonio de alumnos y/o egresados que consiguieron un puesto laboral mediante la plataforma y resaltando las herramientas que la institución dentro de esta plataforma de bolsa laboral.

Estos testimonios tendrán una duración de 45 minutos publicada todos los miércoles en la plataforma ISIL + para su revisión si no se logra asistir de manera presencial



Figure 16. Fyer - Taller de empleabilidad

2.11.3 Comunicación en redes sociales (Marketing)

Se sugiere la elaboración de una pauta de comunicación, la cual debe incluir un mensaje claro y conciso, pues el objetivo es seguir llamando con más énfasis la atención de los alumnos y

motivándolos a generar más interacción de la web. Pues lo que se busca es seguir resaltando con una comunicación más actualizada y utilizando canales de

acorde a nuestro público, para así resaltar las herramientas y beneficios de la propia plataforma.

✓ **Correo Electrónico**

Envío semanal de la actualización de la bolsa laboral, mención de nuevos ingresos (empresas ofertando un puesto), resaltando la oferta laboral de la semana, informar y felicitar si algún estudiante obtiene algún puesto gracias a la plataforma.

La frecuencia en que se enviare toda la información será semanal o cada 15 días, según la data recabada.

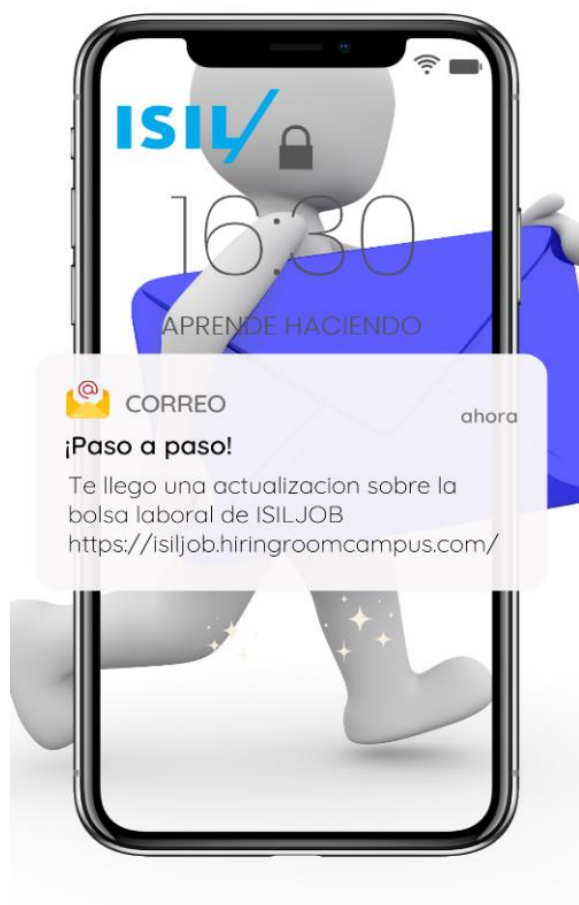


Figure 17. Aviso de oferta laboral



Figure 18. Aviso de un proceso de selección exitoso

- ✓ **Facebook:** Mejorar la participación que actualmente se tiene, generando la aceptación de la comunidad en base a like para que el *Fan Page* y así aumentar sus seguidores.

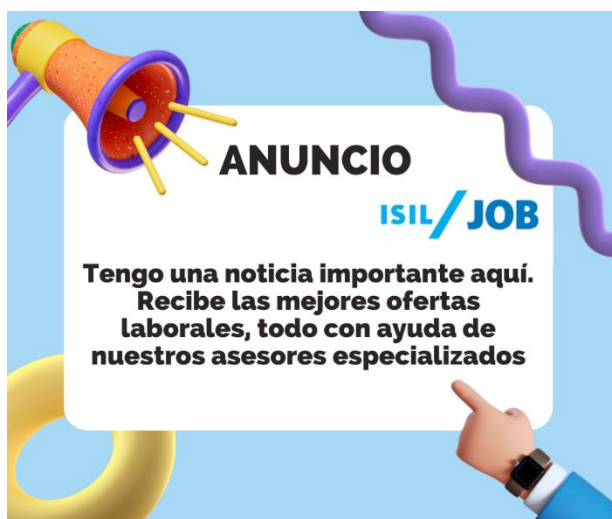


Figure 19. Flyer - Anuncio ISILJOB



Figure 20. Procesos de Selección

✓ **Instagram**

Generar la frecuencia de publicaciones y actualizaciones de la bolsa de trabajo, la cual mediante un link en la misma publicación y/o historias te direcciona a la plataforma de ISIL y por consecuencia a la web ISIL JOB.

Obtener y seguir mejorando el número de seguidores los cuales puedan dar like y generar Hashtags, resaltando la publicación y/o generando un comentario positivo (reacción) en alguna publicación o historia.



Figure 21. Publicación en Instagram 1

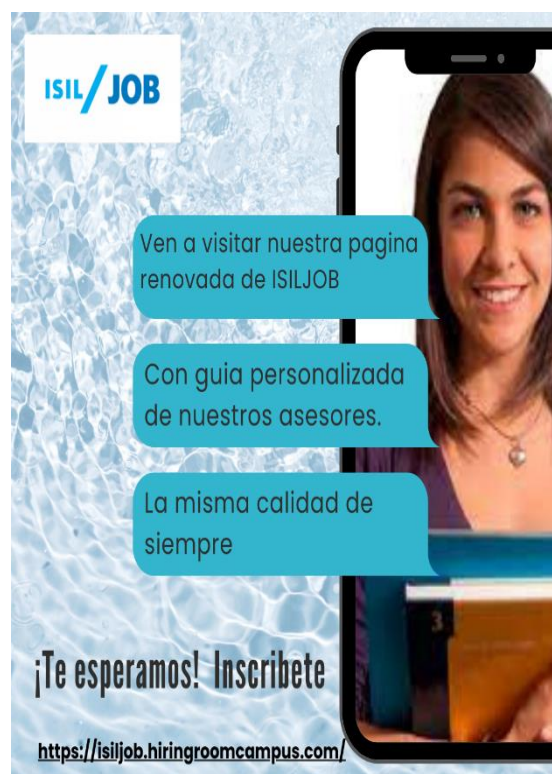


Figure 22. Publicación de Instagram 2

✓ **WhatsApp**

Promocionar la oferta laboral o al menos el ingreso de algún nuevo

empleador, el cual mediante un link te dirija a la web de ISIL y esto tendría un periodo de caducidad de 1 hora, la cual es renovable y/o se generaría más comunicación para la comunidad.



Figure 23. Recordatorio laboral

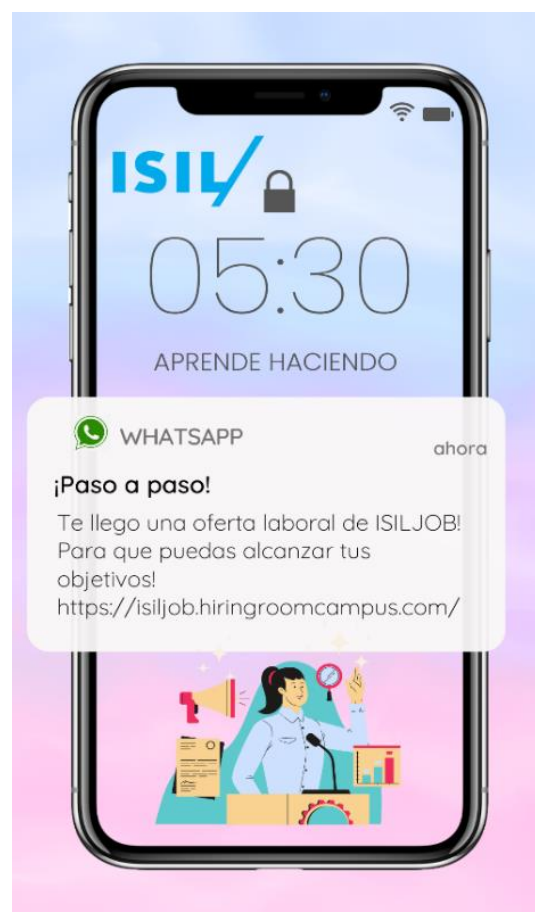


Figure 24. Mensaje vía WhatsApp

✓ **Tik Tok**

Publicar videos cortos de Max 30 segundos los cuales contengan información, tips, datos, actualizaciones, acerca de la plataforma ISILJOB, estos se reforzarán con parodias, bailes relacionados a la utilidad y beneficios de la herramienta web.

2.11.4. Satisfacer la intención de búsqueda del estudiante.

El propósito de esta acción es colocar a la plataforma web ISILJOB entre las primeras posiciones de los resultados de búsqueda, mediante la capacidad de acción o de influencia.

Mediante una estrategia de comunicación donde nuestros aliados sean las propias empresas, que mediante sus portales pueden redireccionar la búsqueda a ISILJOB.

Estos puntos optimizaran el desarrollo de la plataforma, para así seguir mejorando los índices de empleabilidad en base a la herramienta, como un potencial beneficio al estudiante y/o egresado

- ✓ Detectar las palabras que se utilizan para realizar una búsqueda, tales como: Trabajo, puesto laboral, vendedor, administración, entre otras las cuales servirán de indicios muy claros de la intención de búsqueda.

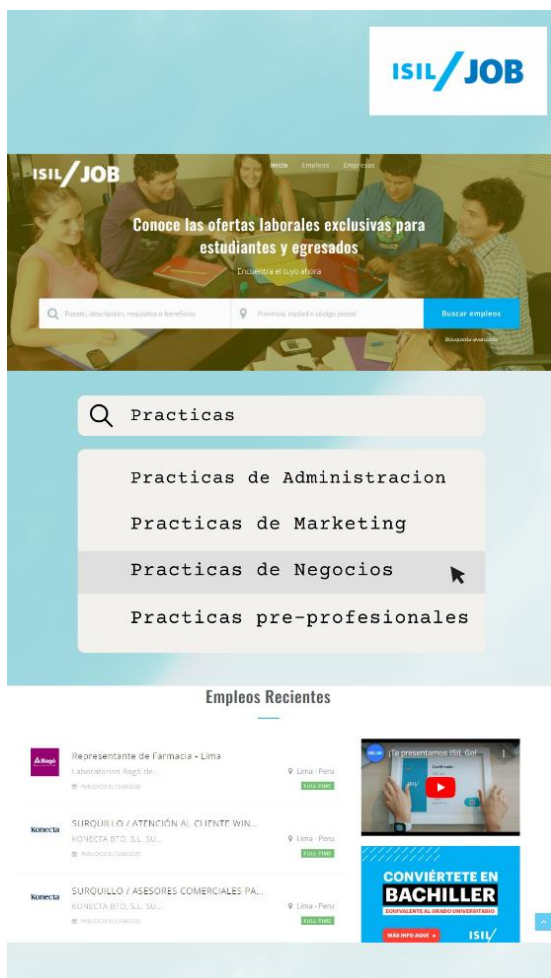


Figure 25. Página de inicio ISILJOB

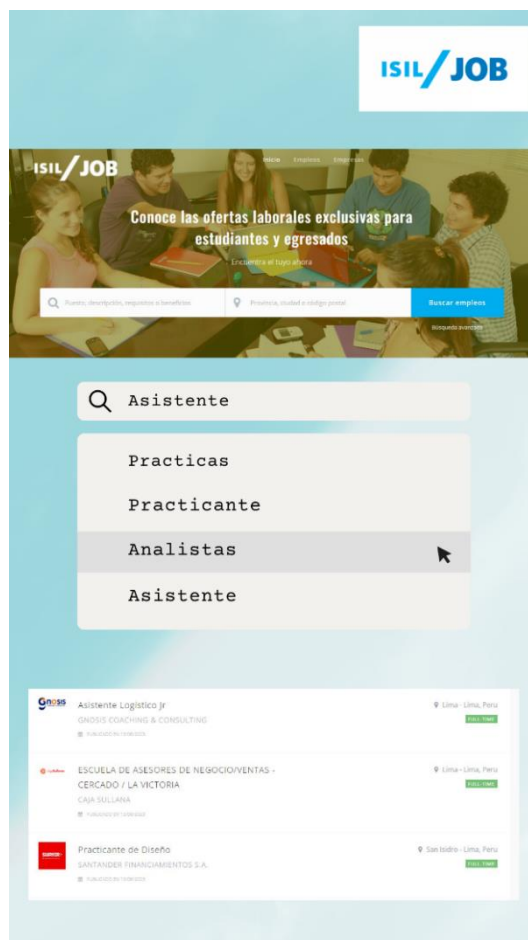


Figure 26. Palabras claves de búsqueda

- ✓ Determinar su historial de búsqueda o su interacción con la web ISIL.

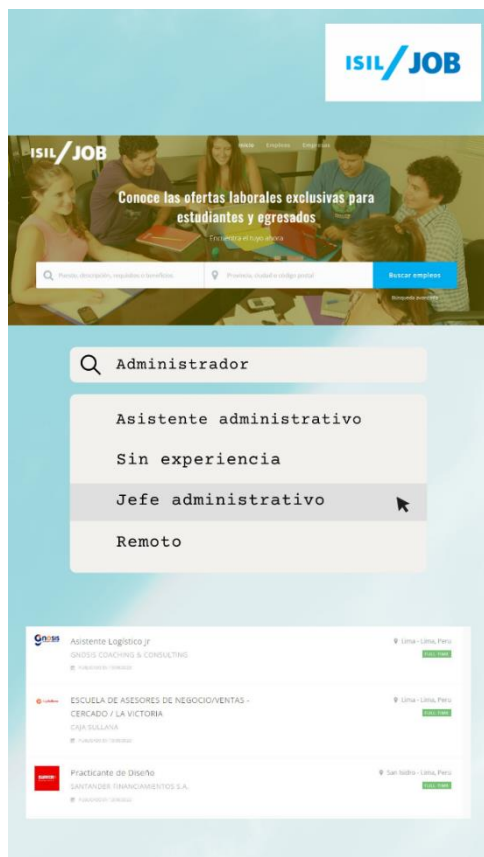


Figure 27. Búsqueda de ofertas laborales 1



Figure 28. Búsqueda de ofertas laborales 2

- ✓ Su localización geográfica, esta será importante, ya que con ella se podrá enviar recordatorios vía mensaje de texto y/o WhatsApp cada vez que se encuentren cerca de una empresa y esta muestre un anuncio en ISILJOB sobre un puesto laboral ofertado.

- ✓ Determinar las intenciones de búsqueda mediante el tiempo que permanece navegando dentro de ISILJOB, y si entra a cada oferta, la cual

será determinante para él envío de promociones referentes a su patrón de búsqueda.

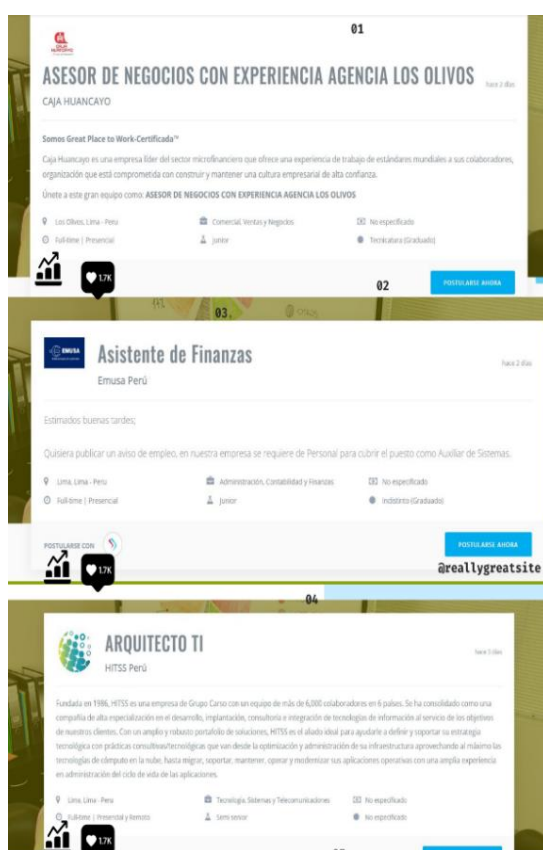


Figure 29. Ofertas Laborales 1

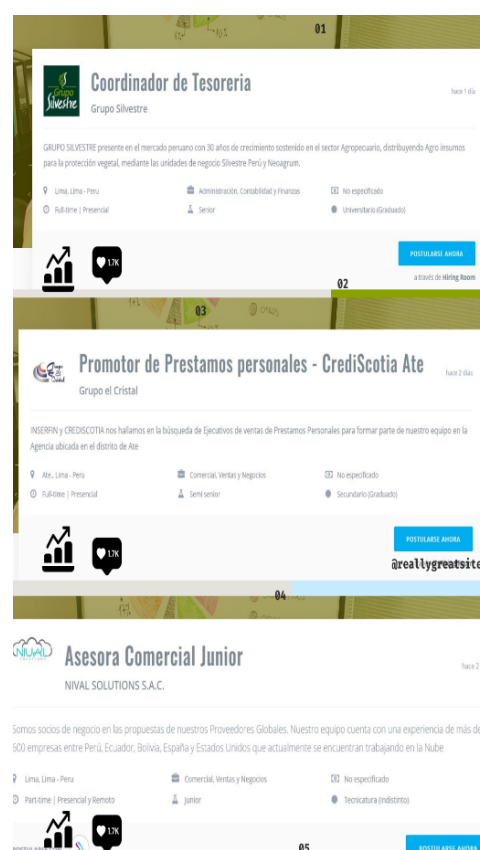


Figure 30. Ofertas laborales 2

2.11.5. Implementación de un chat Bot

Implementaremos un chat Bot dentro de ISILJOB el cual simule en tiempo real una conversación, basada en interacciones que repiten entre usuarios y la plataforma web.

Este Chat Bot, tendrá la capacidad de resolver preguntas, direccionar o encontrar ofertas laborales, previamente filtradas por palabras claves de búsqueda.

El Chat Bot nos permitirá averiguar cuáles son preguntas frecuentes y necesidades más comunes, además de las ofertas que más le conviene a los usuarios. Esta implementación aparecerá como pop up una vez se ingrese a la web ISILJOB.



Figure 31. Conversación de chat bot

2.11.6. Contar con un Community Manager 24/7

Este profesional se encargará de ampliar y administrar la plataforma ISILJOB dentro de las redes sociales, además de construir comunidades online,

esto a través de herramientas analíticas que permiten medir como los usuarios entienden y perciben la información de ISILJOB.

Las redes que este Community manager manejara serán Facebook, Instagram y Twitter, de una forma proactiva, absolviendo dudas y respondiendo comentarios que se generen en cada

publicación o video acerca de ISILJOB de una forma positiva y siempre invitando a visitar y navegar por la plataforma web.



Figure 32. Publicación y comentario en Twitter

2.11.7. Contar con más empresas que publiquen sus ofertas en ISILJOB

Aquí potenciaremos la plataforma ISILJOB con la inclusión de nuevas empresas que oferten puestos laborales, formaremos alianzas con el fin de seguir mejorando los índices de empleabilidad dentro de la institución.

Esta implementación será más atractiva para los usuarios, ya que, al ingreso de nuevas empresas, habrá una variedad de marcas afines a las carreras estudiadas por los alumnos y egresados

En contraparte le ofreceremos a estas empresas, el personal (estudiantes y egresados) altamente capacitados para realizar un desempeño óptimo dentro de la empresa seleccionada.

III. Estimación del costo del proyecto

3.1. Estimación de los costos necesarios para la implementación

Con el fin de desarrollar el plan de comunicación se considera una estimación de costos, los cuales se desarrollarán en el presupuesto establecidos para un semestre (6 meses).

Estos recursos se utilizarán de base para la realización de las actividades propuestas para llevar a cabo el plan de comunicación, para la promoción e impulso de la plataforma ISILJOB.

RECURSOS	CANTIDAD	IMPORTE	TIEMPO	TOTAL
REDES SOCIALES				
FACEBOOK (semanal)	1	60	4 meses	S/240.00
INSTAGRAM (semanal)	1	60	4 meses	S/240.00
TIKTOK (semanal)	1	60	4 meses	S/240.00
LINKEDIN (semanal)	1	60	4 meses	S/240.00
PERSONAL				
PROFESORES	2	200	4 meses	S/1,600.00
EXPOSITORES	2	200	4 meses	S/1,600.00
EXPOSITORES DE CASOS VIVENCIALES	2	200	4 meses	S/1,600.00
CONSEJEROS ACADEMICOS	2	1350	4 meses	S/10,800.00
COLABORADORES	2	1200	4 meses	S/9,600.00
MOTORES DE BUSQUEDA				
CPC (coste por click) - periodo semanal	1	50	4 meses	S/200.00
CPM (coste por mil impresiones) - periodo semanal	1	50	4 meses	S/200.00
SEO (Search engine Optimazation) - periodo semanal	1	50	4 meses	S/200.00
SEM (Search Engine Marketing) - periodo semanal	1	50	4 meses	S/200.00
HERRAMIENTAS				
TELEFONOS(*)	2	0	4 meses	S/0.00
COMPUTADORAS(*)	4	0	4 meses	S/0.00
PLANES POST PAGO	2	29.9	4 meses	S/239.20
MARCHANDISING (Polos, llaveros, lapiceros)	600	1050	4 meses	S/1,050.00
PERSONAL DE SERVICE				
PERSONAL DE LIMPIEZA	2	1025	4 meses	S/8,200.00
TOTAL				S/28,249.20

(*) En el caso de estas herramientas apelamos a que la institución pueda donarlos a fin de llevar a cabo el plan de comunicación antes mencionado.

Figure 33. Cuadro de costos

IV. Sustento del Mercado

4.1. Alcance esperado del mercado

El presente proyecto de investigación va orientado al desarrollo de un plan de comunicación, el cual potenciara la promoción y difusión de la plataforma de bolsa laboral ISILJOB, a su vez permitirá que la web tenga mayor alcance a través de estrategias de comunicación empleadas para una mejor utilidad por parte de los alumnos y egresados.

De esta manera, se busca mejorar y potenciar la plataforma para que sea la primera opción del usuario ISIL y así poder confiar su búsqueda del trabajo ideal, pues así se puede liderar las principales búsquedas de páginas de bolsas laboral.

4.2. Mercado Objetivo

El plan de comunicación de ISILJOB, tiene como público objetivo a estudiantes y egresados de Isil, de todas la carreras técnicas y carreras de la escuela Isil, ubicada en Lima Metropolitana, donde el rango etario es a partir de los 18 años en adelante.

4.3. Descripción del modelo de negocio

El plan de comunicación para la difusión y/o promoción de la plataforma ISILJOB, propone repotenciar y mejorar la comunicación brindada a sus usuarios,

pues la aplicación se basa en estrategias de comunicación donde se usarán canales digitales, canales presenciales, los cuales nos conectarán con los alumnos y

egresados dando a conocer los beneficios y reforzando la utilidad y alcance que posee la web.

4.3.1. Propuesta de valor:

La investigación realizada, permitirá mediante el plan de comunicación a desarrollar, afianzar, reforzar y mejorar la comunicación con el estudiante y/o egresado, promocionando la web ISILJOB, además tendrá un impacto significativo en el periodo en el que el estudiante permanezca en la institución, ya que se busca que esta sume un valor agregado como una herramienta para la búsqueda laboral dentro de la comunidad Isil.

4.3.2. Fuentes de ingreso

Este plan de comunicación no tiene un ingreso directo con la plataforma, mas bien lo que se busca es el prestigio de la institución y que esta sea reconocida como una de las instituciones que busca y fomenta la realización integra del estudiante para con el mercado laboral.

Los ingresos se darán de forma indirecta en cuanto exista mayor cantidad de alumnado en cada periodo.

4.3.3. Canales de distribución

El plan de comunicación realizado en este proyecto de investigación, será difundido y promocionado por canales de acorde a los nuevos tiempos y a la tecnología cotidiana de hoy en día.

- Redes Sociales
- Correo Electrónico
- Conferencias, talleres, talleres vivenciales de forma presencial (expositores)
- Talleres virtuales utilizando plataformas como Zoom y Google Met

4.3.4. Estrategia de penetración de mercado

Para lograr que el plan de comunicación sea efectivo se ha generado una serie de estrategias, las cuales podrán ser aplicadas para que el proyecto sea exitoso.

- **Estrategia de relanzamiento:** Se dará a conocer la plataforma web desde un inicio en el periodo académico del estudiante, para así generar un impacto significativo el cual sea que en ISIL desde el primer ciclo puedes insertarte en el mercado laboral mediante nuestra herramienta web

- **Estrategia de visibilidad:** Mediante canales de comunicación se promocionará la plataforma laboral, de esta forma se generará confianza en el estudiante.
- **Estrategia de confianza:** Conseguiremos que el estudiante y/o egresado tenga una buena percepción de ISILJOB desde el primer momento, pues así se lograra generar una conexión y

simpatía y así ser la primera opción de la comunidad ISIL para la búsqueda de algún puesto laboral.

4.3.5. Actividades productivas propias y externas.

4.3.5.1. Actividades Propias:

Aprobación de la propuesta del plan de comunicación para promocionar y difundir la plataforma ISILJOB por parte de ISIL.

Diseño y desarrollo de la propuesta de valor, difusión del contenido e utilización de todas las herramientas propuestas para el desarrollo del plan de comunicación.

4.3.5.2. Actividades Externas:

Mejorar el mensaje sobre la plataforma ISILJOB, destacando sus herramientas y facilidades de uso, además de las ventajas al utilizarlo para la búsqueda de una oportunidad laboral.

Seguir mejorando el prestigio de la web donde generando confianza, fidelización e identidad de los alumnos para con la plataforma e institución.

4.3.6. Alianzas

Para que el plan de comunicación sea viable, buscaremos alianzas con las principales empresas, tales como bancos, supermercados, tiendas retail, entre otras, las cuales promueven puestos laborales para jóvenes estudiantes y

lo que se buscara es que estas empresas anuncien sus ofertas en la plataforma web de ISILJOB, así como también en ferias laborales.

Se buscará alianzas en redes sociales, principalmente en Facebook, donde radica el fan Page “COMUNIDAD ISIL”, en donde se publica temas relacionados a ISIL, es allí donde podemos fomentar el uso del sitio web, así como también ganar recomendaciones y buenos comentarios de los mismos miembros

V. Conclusiones y Recomendaciones.

5.1. Conclusiones

El plan de mejora para la institución ISIL demuestra estar preparada para adquirir las nuevas estrategias de mejora de la comunicación, en las cuales consiste

en redes sociales, correos electrónicos, conferencias por zoom, así podremos estar más en contacto y estas herramientas son medibles, podremos ver un índice de cambio en un promedio de 6 meses la

cual consiste un ciclo, evaluaremos a los alumnos que tan satisfechos se encuentren con las nuevas estrategias aplicadas, las cuales tiene como objetivo satisfacer sus necesidades e inquietudes que se plantee ante el mercado laboral,

para ser desarrollado como un profesional, quienes buscan un crecimiento personal y laboral, es por eso que ISIL nos brinda calidad en sus servicios de educación e incluso con clases remotas las cuales con sus programas ha llegado a posicionarse en uno de los centros educativos más completo y tecnológico.

Sin embargo, el siglo actual al cual atravesamos donde la comunicación, publicidad y comunicación audiovisual, son las demandas que exige nuestro público final, las cuales estos tipo de comunicación son por medio del internet, Así mismo si se busca posicionarse entre los mejores debe buscar constantemente la innovación y adaptarse a la era virtual, donde le permitirá alcanzar el éxito y evolucionar con estrategias de comunicación, aparentemente con las tendencias del mercado o las app más usadas en los celulares, las cuales permite reconocer la institución.

Facilitaremos la colaboración con estrategias sobre nuestros planes de acción, estableciendo canales de comunicación y mejorando el apoyo de la institución hacia el alumno, ya que según la encuesta realizada el alumnado ha hecho de la vista gorda la plataforma de ISILJOB, pero aun estando presente como

herramienta de ayuda al alumno, nuestro plan de comunicación ayudara a sea más fluida entre el alumno y el consejero de ISIL.

La herramienta utilizada es las encuestas la cual nos permitió conocer las falencias de la plataforma que no trasmiten los recursos necesarios para conseguir

un puesto laboral, se pudo detectar que hay un segmento de alumnos que sienten la impotencia de no saber usar la

plataforma, y que la institución no ha hecho lo posible para fomentar esta interacción de comunicación interna, la cual hemos evidenciado y comprobado que hay problemas en los canales de comunicación de la institución hacia el alumnado.

Para él envió de información al alumnado, miembros de la institución se toma en cuenta que estén vigentes para ser partes del plan de acción de comunicación externa la cual recibirá la información necesaria por redes sociales y ser parte de programas presenciales, tomando en cuenta para que sientan satisfechos estos mensajes deberán ser personalizados según el logro o mérito de cada uno.

En caso que sea un exalumno se tomará un proceso de seguimiento de 6 meses después de haber terminado ISIL, es así también como podremos saber si el exalumno no encuentra trabajo, se le enviara propuestas según su perfil, donde tendrás que asistir, incluso podrá participar en las ferias vivenciales de ISIL JOB y adquirir algunos de los beneficios solo 6 meses de haber dejado ISIL posterior a esto ya no existirá una comunicación debido a la alta demanda de ISIL JOB.

5.2. Recomendaciones

Buscar la optimización de los recursos de marketing, ya que ISIL ha demostrado realizar inversiones en esta área las cuales incluyen campañas por redes sociales y ferias vivenciales, en estos últimos años debido a la pandemia ISIL ha comenzado acceder más presencia en redes sociales, desde el punto de vista vemos que hay post constantes que son virtuales y talleres presenciales para poder acaparar como una institución que se preocupa por la comunicación interna con sus alumnos, actualmente ISIL realiza encuestas a sus alumnos con el objetivo de calificar la enseñanza y la metodología, esta herramienta permite que la institución este en constante comunicación de manera directa.

Fortalecer nuestras herramientas de comunicación modernizándolas, haciéndolas más competitiva hacia otras instituciones, es por esto que es importante que el alumno tenga el dominio de sus conocimientos y pueda ofrecer una buena malla curricular con aptitudes referenciales que sean buenas y incluso que se encuentre a la vanguardia de nuevas tecnologías y el manejo de estos para que refleje toda la enseñanza de la institución la cual dura un promedio de 5 años para obtener el grado bachiller.

Realizar la identificación del producto, donde el usuario pueda acceder a beneficios, ISIL ofrece a todos los usuarios beneficios, pero hay quienes saben identificarlos, estos pueden ser talleres de ayuda en materias, asesorías de cómo realizar un CV, tener el contacto directo con un consejero estos serían algunos de los beneficios en académico, también tenemos los beneficios económicos es decir

son las cuales mediante nuestra app en celular nos dan descuentos u ofertas , ya que existe una alianza de la institución con la empresa de tiendas , y esto permite al alumno o usuario acceder a estos, hay un porcentaje considerable de alumnos que no saben de estos beneficios y no es porque ISIL no informe , porque ISIL se encarga constantemente de enviar notificaciones al correo y crear recordatorios para estar en constante comunicación con sus alumnos y puedan identificar estos beneficios.

Ya que también responsabilizando el uso de la garantía del producto , la cual está en duración desde que empieza a estudiar hasta posterior de 6 meses que culmine de estudiar , donde les sea la forma más sencilla y rápida de usar la plataforma, es decir ISIL tiene profesionales altamente calificados quienes brindan o exponen algunos de los beneficios, pero se recomienda que para esto los alumnos tomen más conciencia y empiezan a experimentar de estos beneficios de los cuales ISIL se preocupa por los alumnos ofreciendo calidad y garantía de

los profesores quien estarán en contacto con los estudios, podrán estar en contacto con ellos durante sus 3 años de estudios y incluso convalidar dos años más en escuela ISIL, con la misma calidad de enseñanza.

Se debería participar en ferias laborales internacionales cada 6 meses que pronostique futuras tendencias y moda, de marketing manteniendo aspectos de la búsqueda de empleo, el enfoque debería ser distinto, según la optimización de datos del alumno , ya sea que necesita una oportunidad laboral internacional, si cumple los requisitos las cuales se debe analizar con un proceso de selección de un

tiempo estimado de 3 meses , ISIL ofrece ferias laborales pero de empresas las cuales esta aliados , las cuales son trabajos en el país las cuales no permiten salir de la zona de confort , en cambio se recomendaría que un futuro vengan a la institución empresas ofreciendo trabajo internacional , en la cual el alumno se sienta más entusiasmado de acabar la carrera en ISIL y cumpla con requisitos de notas , dándonos como producto un alumno profesional con trabajo internacional y revalore nuestra institución.

Para el resultado de buenas noticias del uso de la plataforma con el uso de estrategias se debe atender las necesidades principales de los alumnos para que puedan realizar los siguientes pasos de pertenecer o incrementar la cartera de clientes de la institución ISIL.

El buzón de la plataforma de Isil nos permite dejar nuestras inquietudes, las cuales te responden en un lapso de 24 horas dependiendo la situación, es decir este mensaje puede ser derivado al área según sea la consulta esto nos dice que ISIL si atiende nuestras necesidades, pero se recomendaría generar un canal directo de necesidades urgentes como documentos las cuales sean más inmediata la respuesta.

Desarrollar nuevos convenios de alianzas con empresas de comunicaciones que den el enfoque a la carrera seleccionada, para repotenciar la comunicación fluida empresarial, publicidad y así poder incrementar un mayor número de egresados.

Realizar medianas campañas de marketing en las sedes principales de ISIL Miraflores, la molina, esto se puede realizar dos meses antes de empezar el ciclo para mejorar la fidelización del cliente alumno y disminuir una tasa de deserción del futuro alumno, con una acertada decisión y seguridad.

VI. Fuentes de Información

6.1. Fuentes bibliográficas:

Cárdenas, M. (2011). *Factores que producen la rotación de personal y como esta afecta a la productividad de las empresas que requieren del servicio de la Bolsa Metropolitana de Empleo de CONQuito.*

[Tesis de postgrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio Digital de la Universidad Central del Ecuador.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/1051>

García, M. (2021). *El Instituto Isil de Perú moderniza su identidad visual para acercarse a los jóvenes.* San Ignacio de Loyola – Escuela ISIL.

Girón, E. (2023). *Investigación de Mercados: Análisis de LinkedIn e InfoJobs a nivel educativo* [Tesis de pregrado, Universidad de Valladolid]. Repositorio Documental de la Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/58796>

Villarroya Martín, R., & Ramos-Villagrasa, P. J. (2017). Competencias clave para la empleabilidad de los egresados universitarios: Un análisis en la Universidad de Zaragoza. *Acciones E Investigaciones Sociales*, (37), 215–237. https://doi.org/10.26754/ojs_ais/ais.2017372193

Guillen, C. (2013). *Investigación de la Empleabilidad del egresado: Caso UNITEC*. [Tesis de maestría, Universidad Tecnológica Centroamericana]. Repositorio UNITEC. <https://repositorio.unitec.edu/xmlui/handle/123456789/7863>

Guirland, S. (2023). *Empleabilidad e inserción laboral de los egresados de postgrado de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Pilar, cohortes 2019 a 2022*. [Tesis pregrado, Universidad Nacional de Pilar, Paraguay]. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), 936-947. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5375

Lamas, S. (2021). *ISIL: Cinco consejos para mejor tu Currículum Vitae*. Instituto San Ignacio de Loyola. Noticias ISIL.

<https://bhtv.pe/noticias/isil-cinco-consejos-para-mejorar-tu-curriculum-vitae>

Lantaron, B. (2014). *La empleabilidad en la Universidad Española*. Universidad de León, España. Revista Journal for Educators, Teachers and Trainers, 5 Vol. (2), pp. 272–286.

<https://digibug.ugr.es/handle/10481/39359>

Narváez, S. (2015). *Recursos y promoción web para la mejora de conocimiento y empleabilidad de los educadores sociales en Europa*. [Tesis de pregrado]. Universidad de Granada. TGF Facultad de Ciencias de la Educación.

<http://hdl.handle.net/10481/40334>

Paredes, G., y Ortiz, L. (2019). *Formación universitaria e inserción laboral. La inquietud por la empleabilidad*. Universidad Nacional de Asunción. Revista de investigación, formación y desarrollo: Generando productividad institucional, 79-100.

<http://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rif/article/download/149/195>

Riera, P. A. V., Márquez, C. J. V., Avilez, R. A. G., & Merino, R. D. L. M. A. (2022).

Bolsa de empleo universitaria y su impacto en las ofertas laborales de las organizaciones. Universidad de Panamá. Revista FAECO Sapiens, 5(1), 242-250. Portal de Revistas UP.

https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/2819

Ricra, J., Gómez, K., Lozano, G., Paico, D. y Ticona, M. (2022). *Impacto de la*

Pandemia COVID-19 en el vínculo laboral en la percepción de los colaboradores del Cineplanet Real plaza Salaverry, 2021. [Tesis de pregrado].

San Ignacio de Loyola-Escuela Isil.

<https://repositorio.isil.pe/handle/123456789/239>

Vela, P, Vera, C., Gil, R., y Avilez, R. (2022). *Bolsa de empleo universitaria y su*

impacto en las ofertas laborales de las organizaciones. Universidad de Panamá. Revista FAECO Sapiens, 5(1), 242-250. Portal de Revistas UP.

https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/2819

Zuta, D. (2020). *Empleabilidad y autoeficacia profesional en estudiantes de postgrado*

de una universidad pública. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio de Tesis Digitales UNMSM.

<https://hdl.handle.net/20.500.12672/15707>

VII. ANEXOS

7.1 Instrumentos de recolección de datos



Estimado/a estudiante y egresado,

Agradecemos tu colaboración en esta encuesta para evaluar tu satisfacción por la página. Tu opinión es muy importante para ayudarnos a mejorar la calidad de la plataforma de ISILJOB. Por favor, responde a las siguientes preguntas de manera honesta y objetiva.

1. ¿Eres estudiante o egresado de ISIL en el periodo 2022-2?

- Estudiante
- Egresado

2. ¿ISIL te ha comunicado cuáles son sus herramientas para la búsqueda de un puesto laboral?

- Si
- No

3. ¿Conoces la plataforma ISILJOB y la has utilizado durante tu tiempo de estudios?

- Si, a veces
- Sí, siempre estoy pendiente
- No, nunca

4. ¿Por qué canales te gustaría recibir la difusión y/o promoción de la web ISIL JOB?

- Llamadas
- Correos informativos
- Difusión vía redes sociales (Whatsapp, Facebook, Instagram, Tik Tok)

5. ¿Has conseguido algún puesto laboral gracias a la plataforma ISILJOB?

- Si
- No

6. ¿Con qué frecuencia te gustaría recibir actualizaciones de propuestas laborales dentro de la plataforma ISILJOB?

- Semanal
- Cada 15 días
- Mensual

7. ¿Resaltarías y recomendarías el uso de la web ISILJOB si la comunicación de su utilidad hubiera sido oportuna?

- Si
- No
- Tal vez

8. ¿Qué mejorarías en ISIL para dar a conocer sus herramientas de búsqueda laboral?

- Comunicación
- Generar de contenido
- Ninguna

9. ¿Sientes que la plataforma brinda la información necesaria para una buena postulación?

- Si
- No

10. ¿Recomendarías la pagina de ISILJOB?

- Si
- No
- Tal vez



7.2 Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA - PLAN DE COMUNICACIÓN PARA LA WEB ISILJOB	
PROBLEMAS	OBJETIVOS
Problema General	Objetivo General
¿De que manera el desarrollo de un plan de comunicación ayudara a fomentar el uso de la plataforma ISILJOB, asegurando resultados positivos dentro del periodo academico del estudiante?	Proponer y desarrollar un plan de comunicaión (promocion y/o difusion), para seguir aumentando la utilidad y el uso de la plataforma ISILJOB entre los estudiantes de Isil.
Problemas especificos	Objetivos especificos
¿Qué debemos informacion debemos recabar antes de proponer el plan de comunicación?	Identificar las necesidades y preferencias de comunicación de los estudiantes de últimos ciclos y egresados en un plazo de 1 meses.
¿Cómo se debe analizar las funciones actuales de la comunicación de ISILJOB?	Analizar las características y funciones actuales de la plataforma digital y determinar áreas de mejora en términos de comunicación interna.
¿Qué tipos de estrategias debemos implementar para llevar a acabo el plan de comunicación?	Diseñar estrategias de comunicación que sean atractivas y pertinentes para los estudiantes de últimos ciclos y egresados, basándose en la información recogida.
¿De que forma se hara el seguimiento para la evaluacion de resultados , sobre la implementación del plan de comunicación?	Implementar las estrategias de comunicación interna y medir su eficacia a través del seguimiento de métricas de uso y satisfacción de la plataforma a lo largo de un año posterior al despliegue del plan.
¿Qué se haria para seguir mejorando y actualizando la comunicación dentro de la institución?	Recoger y analizar los comentarios y sugerencias de los estudiantes de últimos ciclos y egresados sobre las mejoras realizadas en la comunicación de la plataforma digital después de un año de implementación.

Figure 34. Matriz de consistencia 1

Variable	Dimensiones	Metodología	Herramientas de investigación	Plan de acción
V.1 Plan de Comunicación	Plan de comunicación	Tipo de investigación: Aplicada	Encuestas: 302 encuestados: 186 estudiantes y 116 egresados	Comunicación externa: Se busca comunicar hacia los estudiantes los detalles de ISILJOB con el objetivo que estos puedan interactuar de forma activa con la plataforma
V.2 Mejorar el uso de la plataforma ISILJOB	Uso de la plataforma web ISILJOB	Nivel de investigación: Descriptiva Cuantitativa		Comunicar un calendario de eventos: Recomendamos realizar con más énfasis la difusión de charlas y eventos que busquen repotenciar al alumno con distintas herramientas para enfrentarse al mercado laboral y poder hacerlo de la mejor forma.
	Indicadores	Diseño y esquema de la investigación: Experimental Correlacional		Comunicación en redes sociales: el objetivo es seguir llamando con más énfasis la atención de los alumnos y motivándolos a generar más interacción de la web. Pues lo que se busca es seguir resaltando con una comunicación más actualizada y utilizando canales de acorde a nuestros usuarios
V1. Plan de comunicación	I1: Plan de trabajo I2: uso de la plataforma	Poblacion y muestra		Satisfacer la intencion de busqueda del estudiante: El propósito de esta acción es colocar a la plataforma web ISILJOB entre las primeras posiciones de los resultados de búsqueda, mediante la capacidad de acción o de influencia.
V2D1. Plan de comunicación		Población: Alumnos y egresados del Instituto tecnologico San Ignacio de Loyola - ISIL		
V1. Plan de comunicación		Muestra: El tamaño de la muestra indicada para este proyecto de investigacion es de 302 personas		
V2D2. Uso de plataforma web ISILJOB				

Figure 35. Matriz de consistencia 2

7.3 Matriz Foda

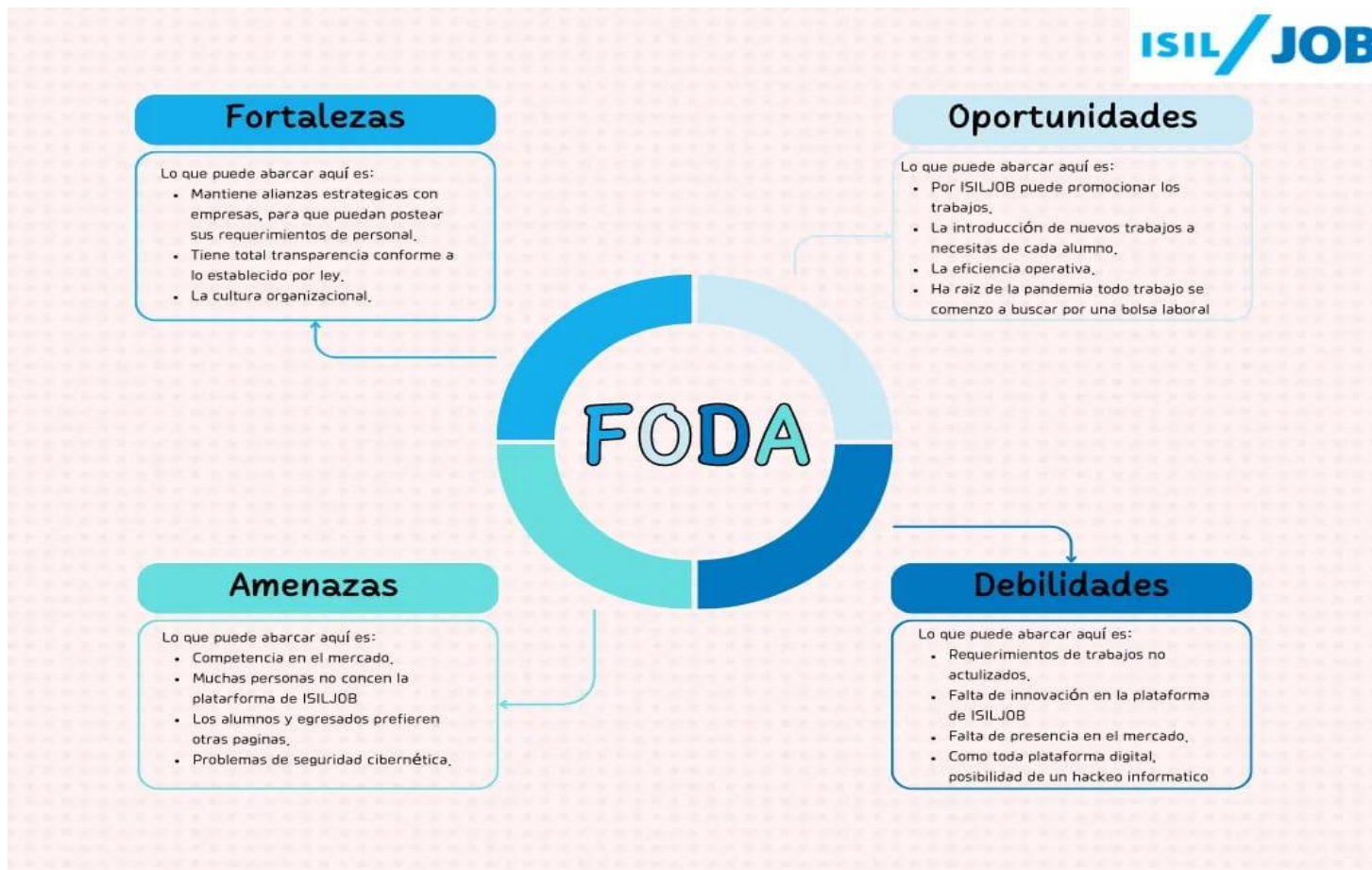


Figure 36. Matriz FODA

7.4 Informe de Turniti

Similarity Report

PAPER NAME	AUTHOR
E.P No 4 - TALLER DE INVESTIGACION 0 7.07.docx	ANGELO BRYAN ALFARO NEVADO

WORD COUNT	CHARACTER COUNT
10533 Words	56570 Characters

PAGE COUNT	FILE SIZE
73 Pages	8.2MB

SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Jul 17, 2023 11:55 PM GMT-5	Jul 17, 2023 11:57 PM GMT-5

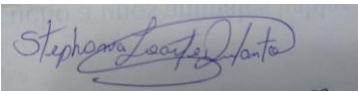
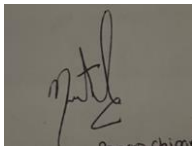

● **13% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 11% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 8% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material

		
Olenka Stephania Loarte Dulanto DNI: 72750796	Nataly Jesusa Romero Chipana DNI: 73872949	Angelo Bryan Alfaro Nevado DNI: 46576716
	Celes Alonso Espinoza Rúa DNI: 42750231	
	